

**LAPORAN PERTANGGUNGJAWABAN PENELITIAN
KOLABORASI ANTAR PERGURUAN TINGGI
“KOMUNIKASI VISUAL AJARAN ISLAM DI MEDIA DIGITAL
DALAM MEMPROMOSIKAN PERDAMAIAAN”**



Disusun untuk memenuhi Laporan Penelitian Kluster Kolaborasi Antar Perguruan Tinggi
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Tahun Anggaran 2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Penyusun :
Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
NIP : 197907202009122001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
TAHUN 2023**

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur ke hadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian dengan judul “Komunikasi Visual Ajaran Islam Di Media Digital Dalam Mempromosikan Perdamaian” Selama proses penyusunan laporan penelitian ini tentu banyak pihak yang telah membantu dan bekerja sama baik dalam bentuk dukungan, informasi, kritik, dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik walaupun masih belum sempurna. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, dengan tulus peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta atas dana hibah yang diberikan guna membantu dalam penelitian ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diberikan ijin untuk melaksanakan penelitian ini.
3. Pihak Pengelola akun yuk ngaji Yogyakarta dan yuk ngaji Riau
4. Titi Antin dari UIN Sultan Syarif Kasim Riau sebagai mitra kolaborasi penelitian ini.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam terselesaikannya penulisan laporan penelitian ini.

Dengan kerendahan hati, peneliti mengharapkan kepada para pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun dimana nantinya akan dapat peneliti pergunakan sebagai penyempurnaan dalam penelitian berikutnya. Akhirnya, harapan peneliti semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, Desember 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

LAPORAN PERTANGGUNGJAWABAN PENELITIAN.....	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
BAB 1 PENDAHULUAN.....	4
A. Pendahuluan.....	4
B. Pertanyaan Penelitian.....	8
C. Tujuan penelitian	8
D. Tinjauan Literatur	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	11
A. Komunikasi Visual.....	11
B. Perdamaian.....	12
C. Ajaran Islam.....	18
D. Media Digital	24
E. Media Sosial.....	30
BAB III METODE PENELITIAN DAN PENGUMPULAN DATA	35
BAB IV HASIL DAN DISKUSI.....	37
BAB V KESIMPULAN	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66
SURAT PERTANGGUNGJAWABAN PENELITIAN	95

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Pendahuluan

Praktek keagamaan telah menjadi kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Ajaran agama mempengaruhi bagaimana manusia melakukan aktivitasnya. Sayangnya, disadari atau tidak, praktik beragama dalam batas tertentu mampu menciptakan perseteruan baik secara internal maupun eksternal terhadap kelompok-kelompok beragama. Tentu saja konflik semacam ini bertentangan dengan ajaran setiap agama yang cinta damai.

Konflik internal dan eksternal semacam ini juga tidak terlepas dari pemeluk Islam, agama yang sejatinya mengajarkan dan menganjurkan perdamaian. Dalam ajaran Islam, *dakwah* merupakan salah satu cara untuk memajukan agama yang wajib bagi pemeluknya. Berkaitan dengan *dakwah*, Al-Qur'an menekankannya dengan menjabarkan kewajiban-kewajiban umat Islam. Yaitu, *al amru bi al-maruf* (mengajak pada kebaikan) dan *was nahyu an al munkar* (menolak kemungkaran). Ajaran semacam ini menjadikan Islam sebagai agama *dakwah* yang tentunya penyampaiannya tetap memegang prinsip toleransi, perdamaian, dan kebebasan.

Namun, faktanya, di Indonesia sebuah negara yang mayoritas beragamaan islam, ajaran agama masih dapat memicu konflik. Salah satu Kota yang masih rentan dengan konflik keagamaan yaitu Pekanbaru di Riau. Hasil

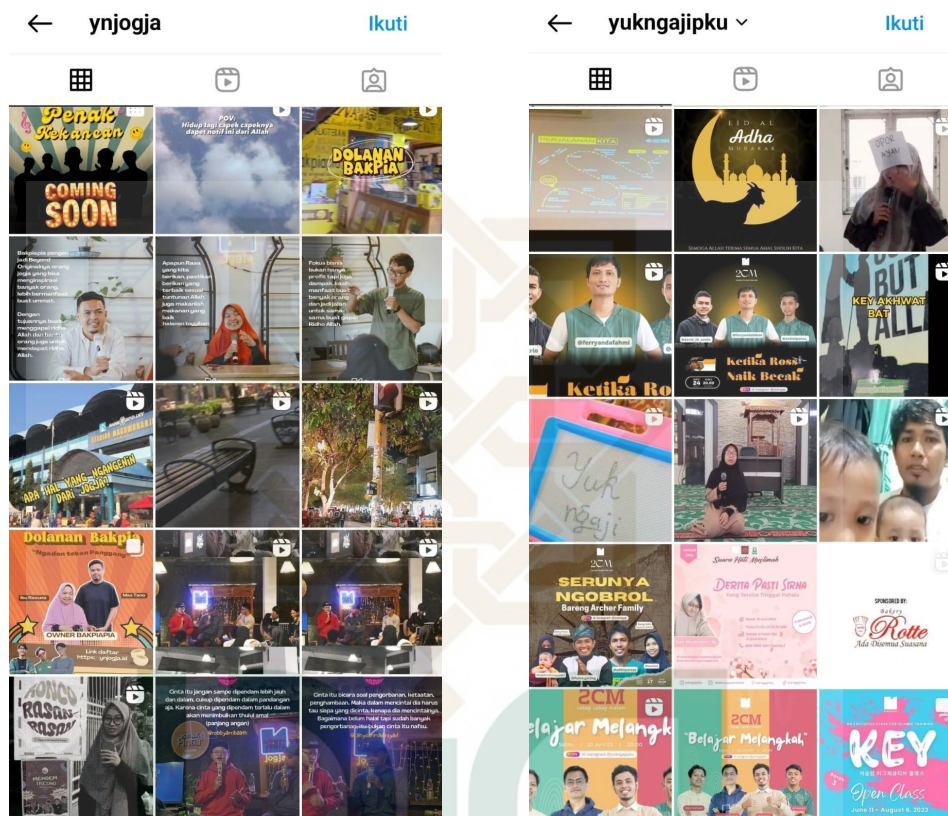
pantauan terhadap situasi kebebasan beragama dan berkeyakinan di tahun 2011 membuktikan, konflik yang terjadi bila dibiarkan dapat menjadi sumber perpecahan di Riau. Contoh kasus pembakaran/pengrusakan tempat ibadah. Pembakaran Gereja Katolik akibat bentrokan warga Kuansing pada 11 April 2011, pembakaran gereja GBKP, GMI dan GPDI oleh seratusan orang tak dikenal pada awal Agustus 2011. (Update, 20 November 2022, <https://bahanamahasiswa.co/243/>). Tidak hanya di Riau, Yogyakarta juga menjadi salah satu kota yang masih ering terjadi konflik keagamaan. Kasus Slamet Jumiarto, laki-laki berusia 42 tahun beserta keluarga, ditolak menyewa rumah di Dusun Karet, Desa Pleret, Bantul gara-gara beda agama. Penolakan tersebut terjadi menyusul adanya Surat Keputusan dengan Nomor 03/POKGIAT/Krt/Plt/X/ 2015 yang menyebutkan salah satu syarat bagi pendatang untuk bisa mengontrak atau menetap adalah beragama Islam (Update 20 November 2022, <https://jogja.idntimes.com/news/jogja/nindias-khalika/kasus-slamet-dan-kejadian-intoleransi-di-yogyakarta>).

Menurut Beka, kecenderungan konflik atau kisruh agama tersebut perlu segera diatasi secepatnya. Sebab, konflik yang terjadi tidak hanya mengenai antarpemeluk agama yang berbeda, tetapi dalam satu agama juga bisa terjadi pertikaian contohnya beda aliran (Update, 20 November 2022, <https://riau.antaranews.com/berita/247357/komnas-ham-mengakui-hingga-saat-ini-konflik-keberagamaan-di-indonesia-masih-tinggi>). Konflik ini juga dapat dipicu dengan semakin mudahnya penyebaran informasi agama

melalui media digital khususnya media sosial. Apalagi dalam konteks media penyampaian dakwah dalam perkembangannya saat ini sangat erat kaitannya dengan teknologi visual, misalnya media sosial yang dapat diakses dengan mudah melalui perangkat mobile. Teknologi ini memungkinkan masyarakat untuk mengakses berbagai informasi, khususnya dalam penelitian yang berkaitan dengan ajaran Islam, dengan lebih efisien. Penulis penelitian sebelumnya tentang praktik keagamaan di dunia maya menunjukkan bahwa media digital adalah ruang alternatif yang terbukti memberikan akses kebebasan beragama bagi generasi milenial Turki dan Indonesia (Nusa et al. 2021).

Media digital memungkinkan praktik keagamaan lebih bebas mengembangkan media dakwah yang awalnya terbatas menjadi lebih kreatif dan variatif. Salah satu media kreatif dakwah melalui media sosial adalah melalui proses komunikasi visual (Kwok 2019; Wardani and Muntazori 2019; Weng 2018). Komunikasi visual adalah ruang yang menarik untuk dipelajari, terutama yang menyangkut studi Islam. Terkait komunikasi visual dalam praktik keagamaan, misalnya akun Instagram @yukngajijogja dan @yukngajipekanbaru, kedua akun tersebut menggunakan komunikasi visual sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada pengikutnya.

Gambar 1. Akun Instagram yang menggunakan komunikasi visual



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Lebih jauh, Vincent Fungyan Kwok, dalam disertasinya, Berkhotbah dengan Presentasi Visual untuk Mengkomunikasikan Kebenaran Alkitab dan Penerapan yang Relevan, bahkan menyatakan bahwa para pengkhotbah kini berkomunikasi dengan generasi visual. Berbagai media menyampaikan pengetahuan dan pengalaman dengan gambar. Temuan disertasinya memberikan rekomendasi bagi komunikator Kristen untuk menggunakan komunikasi visual (Kwok 2019). Dari fakta

tersebut, menarik dilakukan kajian komunikasi visual terhadap dakwah umat Islam yang mengalami peningkatan jumlah pemeluknya.

B. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana komunikasi visual ajaran Islam dalam mempromosikan perdamaian pada Milenial Yogyakarta dan Pekanbaru melalui Akun Instagram @yukngajijogja dan @yukngajipekanbaru?

C. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi visual ajaran Islam dalam mempromosikan perdamaian antara Milenial Yogyakarta dan Pekanbaru melalui Akun Instagram @yukngajijogja dan @yukngajipekanbaru.

D. Tinjauan Literatur

Saat membandingkan perang dan perdamaian, adalah umum untuk mendengar lebih banyak tentang yang pertama. Seperti yang didiskusikan oleh Stephen Engelkamp, Kristina Roepstorff, dan Alexander Spencer dalam buku mereka *Visualizing Peace – The State of Art* (2020). Mereka mengutip pendapat Elena Diaz dan Francisco Munoz Mu bahwa "[v]iolence telah mendapat perhatian, sementara perdamaian dan seluruh bidang semantiknya telah diabaikan." Selanjutnya, tulisan ini mengkaji citra perdamaian melalui lensa politik, kebijakan, dan pedagogi. Tepatnya, apa sebenarnya yang mencerminkan bagaimana perdamaian divisualisasikan dalam artefak budaya dan apa yang dilakukan representasi perdamaian (dan

ketidakhadirannya) secara politis. Secara singkat, apa yang ditampilkan dalam citra perdamaian dan apa yang tertinggal (Engelkamp, Roepstorff, and Spencer 2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Engelkap, Roepstorff, dan Spencer yang mengembangkan metode Visual Metaphor Analysis (VMA) untuk mempelajari representasi perdamaian dalam bentuk visual dalam materi seperti film, merupakan salah satu hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Para peneliti menyelidiki analisis metafora perdamaian dalam film *Mango Dreams*, yang berlatar di India. Artikel ini menunjukkan bagaimana mempelajari metafora visual dapat mengurangi dominasi perdamaian negatif atas perdamaian positif dalam kerangka analitis terkini, memberikan pelajaran penting untuk penelitian perdamaian (Engelkamp, Roepstorff, and Spencer 2020).

Sementara itu, Leoni Schmidt membahas kiprah Kyai dan para cyberwarriors di Indonesia untuk memerangi gerakan Islam radikal. Menurutnya, akun-akun pejuang siber tersebut tidak dikelola oleh kyai dan ulama, melainkan oleh para relawan yang memotong dan menempelkan (mengasumsi) kutipan-kutipan kyai dan ulama dan menangkap ide-ide mereka dalam pesan singkat. Otoritas agama dapat dinodai dengan cara ini (Schmidt 2021). Menurut klaim Islam kontra-radikal, gerakan ini berupaya menjaga perdamaian, yang telah dilakukan oleh para kyai dan ulama NU.

Kedua artikel di atas menggunakan obyek yang berbeda yaitu Film dan Media Sosial. Namun, benang merah dapat ditarik dari keduanya: keduanya memiliki peran sebagai penjaga perdamaian dari sudut pandang yang berbeda.



BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Komunikasi Visual

Komunikasi visual melalui gambar berwarna, bagan, dan grafik dikenal sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada publik. Desain komunikasi visual juga dapat menarik perhatian orang karena pada dasarnya perhatian individu pada pandangan pertama terhadap sesuatu adalah 10 detik awal (Adiloglu 2011).

Michael Kroeger dalam Putri dkk. (2020) lebih jauh mendefinisikan bahwa Komunikasi Visual (visual communication) sebagai latihan teori dan konsep. Konsep dihasilkan melalui istilah visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis, dan penjajaran. Komunikasi visual menggabungkan seni, simbol, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Penggambaran Kroeger tentang warna, bentuk, garis, dan penjajaran dalam komunikasi visual tampaknya selaras dengan apa yang disampaikan Adiloglu. Bahwa, pandangan pertama oleh masyarakat akan menjadi perhatian (Putri and Hairunnisa 2020).

Lebih lanjut, Yulianti (2011) menulis dalam bukunya *Bekerja sebagai Desainer Grafis* bahwa komunikasi visual telah berkembang dalam beberapa abad. Komunikasi visual sebagai sebuah kajian kemudian memiliki tiga fungsi utama: sarana identifikasi, informasi, dan pengajaran, dan terakhir, sebagai sarana presentasi dan promosi (Yulianti 2011).

a. Sebagai Sarana Identifikasi

Jika memiliki identitas, maka suatu benda atau produk akan dapat mencerminkan kualitas produk tersebut dan mudah dikenali baik dari bahan maupun kualitasnya.

b. Sebagai sarana informasi dan petunjuk

Hal ini bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara satu hal dengan hal lainnya dalam suatu penunjuk, arah, posisi, dan skala; misalnya, peta, diagram, simbol, gambar, dan arah.

c. Alat presentasi dan promosi

untuk menyampaikan pesan, menarik perhatian mata (secara visual) dan membuat pesan mudah diingat.

Perkembangan komunikasi visual akan berkontribusi dalam menjawab berbagai tantangan global dan menjadi solusi bagi isu-isu yang tidak hanya terkait dengan sosial, politik, ekonomi, tetapi juga perdamaian agama.

Penggunaan komunikasi visual sangat penting, mengingat kekuatan yang dimiliki dalam komunikasi visual dapat menarik pandangan orang pada 10 detik pertama.

B. Perdamaian

Perdamaian berasal dari kata damai yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti tidak ada peperangan, tidak ada kerusuhan, aman dan rukun. Damai juga dapat diartikan keadaan tidak adanya konflik, peperangan, permusuhan, perselisihan dan pertengkaran sehingga dapat

tercipta rasa aman, damai dan sejahtera. Perdamaian juga dapat diartikan sebagai upaya manusia untuk mengatasi, mengurangi, menghilangkan segala bentuk kekerasan, baik fisik maupun mental (Nur 2017). Secara langsung atau tidak langsung, secara individu atau kelompok dalam masyarakat. Perdamaian dalam isu global terbagi menjadi dua, yaitu perdamaian negatif dan perdamaian positif. Perdamaian dengan konsep negatif adalah hubungan antara masyarakat, manusia dan bangsa dalam keadaan tidak ada rasa takut, tidak ada ancaman, tidak ada rasa keterasingan, tidak ada kekerasan dan peperangan. Sedangkan perdamaian positif adalah perdamaian yang dapat mewujudkan keutuhan, keselarasan dan segala sesuatu yang dapat mempersatukan setiap umat manusia berdasarkan cinta kasih, saling menghormati dan keadilan(Deslinda, Ernawati, and Istiqomah 2021).

Menurut Nurcholis Majid damai berasal dari arti kata 'Islam' yang terdiri dari empat hubungan saling terkait, seperti ; pertama, damai dalam hal hubungan dengan Allah, kedua damai dengan individu atau diri sendiri/ split personality, ketiga damai dalam kehidupan komunitas masyarakat yang beragam tanpa adanya diskriminasi, keempat damai dalam hal peduli makhluk lain seperti bumi/ lingkungan/ alam semesta/ hewan/ dan lainnya. Pendefinisian oleh Majid ini merupakan maksud yang lebih luas dan komplisit untuk mengartikan perdamaian secara sesungguhnya. Selain itu perdamaian juga dijelaskan lebih dalam oleh Johan Galtung bahwa perdamaian tidak ada aspek kekerasan, transformasi konflik tanpa kekerasan. Adapun gambaran

secara garis besarnya bahwa damai tidak akan hadir dalam hiruk masyarakat bila tidak ada konflik, tidak ada keadilan, dan seterusnya. Damai juga tidak dapat diukur berdasarkan angka ataupun nominal. Damai lebih sering dikaitkan dengan kebebasan masyarakat yang tertindas baik seperti perbudakan, kemiskinan, hak memilih, hak bersuara, bahkan hak hidup.(Arafat 2017)

Damai mempunyai banyak arti, arti damai berubah-ubah sesuai hubungannya dengan kalimat. Perdamaian dapat merujuk pada kesepakatan untuk mengakhiri perang, atau tidak adanya perang, atau periode di mana pasukan tidak berperang melawan musuh. Kedamaian juga bisa berarti keadaan tenang, seperti yang biasa terjadi di tempat terpencil, memungkinkan untuk tidur atau bermeditasi. Damai juga bisa menggambarkan keadaan emosi dalam diri sendiri dan yang terakhir damai juga bisa berarti gabungan dari definisi di atas (Markus Meran 2019).

Damai termasuk bagian dari Imam kepada Allah Swt, sebagai bentuknya berdasarkan data sejarah muslim. Damai telah diwujudkan oleh kisah beberapa hal, diantaranya ; kasus pembangunan ka'bah dan Hajar Aswad, peperangan kaum Muhajirin dan Anshar, Nabi Muhammad dan perdamaian piagam Madinah, kisah Perjanjian Hudaibiyah, kisah Futh Makkah. Oleh karenanya perdamaian merupakan bagian dari persyaratan mutlak bagi setiap umat manusia dengan rasa aman dalam menjalankan kehidupan. Perdamaian memiliki ikatan dengan kesejahteraan sosial, jika

bermasyarakat memiliki tingkat kenyamanan dan kesejahteraan maka didalam negara perdamaian berhasil diaplikasikan daripada sekedar wacana. Perdamaian bukanlah hal yang mudah terlaksana saat agama telah diturunkan melalui Rasul. Berdasarkan riwayat sejarah perjuangan kemerdekaan agama Islam memadukan pertumpahan darah dan peperangan dalam konsep jihad. Sehingga wujud perdamaian adalah bagian dari komunitas masyarakat muslim di dunia.

Manifestasi perdamaian telah teridentifikasi menjadi dua bagian dalam agama Islam, diantaranya ; *Pertama*, menawarkan adanya fakta berupa anti kekerasan terhadap umat islam dalam tradisi agamanya. *Kedua*, mencakup penjelasan tentang culture agama Islam yang disampaikan melalui al-Quran. Berangkat dari identifikasi dan signifikansi dari perdamaian tersebut merupakan bagian dari ciri utama agama umat muslim. Islam juga mengandung arti yang berasal dari salam berarti keselamatan/kedamaian. Terlepas dari maksud tersebut perdamaian juga bukan berarti sekedar radikalisme, anti toleransi dan sebagainya. Perdamaian sejatinya memiliki tujuan untuk kedamaian nilai-nilai kemanusiaan dan nilai-nilai keadilan sosial. Sehingga definisi dari perdamaian ini hanya mencakup dalam lingkup kecil, dan bukan lingkup yang secara luas. Oleh karenanya penting untuk mengetahui makna perdamaian beserta misi untuk keseluruhan umat dan bukan sekedar oleh agama Islam hanya karena perdamaian merupakan bagian dari culture Islam.

Meraih dari definisi sebelumnya Islam juga melandaskan sebagai agama yang damai. Hal ini terungkap melalui beberapa argument Majid, *pertama* bahwa Allah merupakan maha damai/ *al-salam*, karena Tuhan menciptakan manusia secara berpasang-pasangan untuk melangsungkan kehidupan sampai dipertanggungjawabkan diakhirat nanti. *Kedua*, perdamaian bagian dari karakter teladan Nabi Muhammad Saw, dilakukan melalui visi dakwahnya untuk mengaplikasikan perdamaian dalam tatanan sosial masyarakat Arab pada masa itu. *Ketiga*, perdamaian merupakan bagian dari ukuran pertumbuhan peradaban kehidupan manusia, kemudian Ibn Khaldun melengkapi bahwa manusia memerlukan sifat terjalinnya hubungan yang nyaman, aman, damai, karena manusia merupakan makhluk sosial yang selalu membutuhkan pelengkap manusia lainnya untuk berinteraksi, bertransaksi, berkomunikasi.

Dalam Al-Qur'an istilah perdamaian menggunakan kata salam yang artinya selamat, tenteram, bersih, tenteram lahir dan batin. Dalam Islam, perdamaian disebut juga al-aman. Secara terminologi, al-aman adalah kesepakatan untuk menghentikan perang dan pembunuhan. Perdamaian merupakan salah satu ajaran utama dalam agama Islam. Petunjuk mengenai hal ini telah disampaikan dalam ayat Al-Qur'an dan Hadits. 3 Ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam memahami perdamaian dalam perspektif Islam, antara lain: 1. Ajaran perdamaian dan larangan kekerasan tertuang dalam Q.S Al-Hujurat ayat 11 yang artinya “Hai orang-orang yang

beriman! suatu kaum mengolok-olok kaum lain, (karena) barangkali mereka (yang diolok-olok) lebih baik dari pada orang-orang (yang mengolok-olok), dan janganlah perempuan (mengolok-olok) perempuan lain, (karena) boleh jadi perempuan (yang diolok-olok) lebih baik dari pada wanita (yang diolok-olok). Janganlah kalian saling mencela, dan janganlah kalian saling menjelek-jelekan. Seburuk-buruknya panggilan adalah (panggilan) yang jelek (fasik) setelah beriman. Dan barang siapa yang tidak bertaubat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim.

Dalam hadis juga di sampaikan tentang dilarangnya berprasangka buruk pada orang lain. Dari Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu, bahwasanya Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Jauhilah prasangka buruk, karena prasangka buruk adalah sedusta-dustanya kata.” (HR. Bukhari 5143 dan Muslim 2563).² Cara mengakhiri konflik Terdapat dalam Q.S Yunus ayat 26, yang artinya “Bagi orang-orang yang berbuat baik, ada pahala yang terbaik (surga) dan tambahannya (kenikmatan melihat Allah). Dan wajah tidak menutupi debu hitam dan tidak (pula) dalam kehinaan. Mereka itulah penghuni surga, mereka kekal di dalamnya.”³ maaf Pemberian Di dalam Al Qur’an terdapat dalam Q.S Al-Baqarah ayat 263 yang artinya “Perkataan yang baik dan maaf memberikan lebih baik daripada sedekah yang diiringi tindakan yang menyakiti. Allah Maha Kaya, Maha Penyantun.”⁴ Tuhan Maha Adil Di dalam Al-Qur'an terdapat dalam Q.S An-Nisa ayat 40, yang artinya “Sungguh, Allah tidak akan menzalimi seseorang walaupun sebesar biji zarah. Dan jika ada

pemeliharaan (sekecil zarrah), niscaya Allah akan melipatgandakannya dan memberikan pahala yang besar dari sisi-Nya.”Islam dalam mengajarkan perdamaian adalah dengan cara selalu berbuat baik kepada siapapun dan dimanapun atau bisa disebut dengan amar ma'ruf nahi mungkar. Ini merupakan langkah awal dalam mewujudkan perdamaian, mewujudkan hidup rukun, aman dan sejahtera dengan lingkungan masyarakat.

C. Ajaran Islam

Adapun pengertian agama menurut al-Attas merupakan kefahaman atas konsep al-Din yang berarti islam konsep agama yang berbeda dari Barat. Lebih lanjut Attas mengartikan maksud al-Din sebagai keadaan menyerah diri, keadaan berhutang, pertimbangan, penilaian. Sehingga al-Din bermaksud sebagai keimanan, amalan, sekaligus kepercayaan oleh orang-orang muslim yang membentuk kelompok masyarakat. Pemahaman arti dari al-Din ini merupakan bentuk gaya yang didasarkan atas perilaku setiap manusia yang sepakat mengikuti aturan masyarakat dan aturan sesuai syari'at (Al-Attas 2001). Namun apabila dianalogikan manusia seharusnya lebih mengetahui bahwa mereka telah diciptakan dengan penuh kasih sayang sehingga mengingat ajal akhirat sangat diperluka sebagai bentuk rasa syukur dan berserah diri kepada Tuhan. Selain itu secara lebih ringkasnya faham keagamaan membentuk amal yang baik bagi diri manusia untuk memperhalus adab dan akhlak yang terpuji (Haji Abd Wahab and Wan Razali 2021).

Islam juga diperjelas langsung oleh al-Attas sebagai bagian dari gabungan al-Din dan islam/aslama. Apabila al-Din diartikan sebagai tata cara kehidupan maka alsama lebih diarahkan kepada arti berserah diri sebagaimana pengertian al-Din secara umum di atas. Karena didalam agama Islam diarahkan kepada penyerahan diri yang tulus terhadap Allah Swt [al attas]. Oleh karenanya gabungan antara al-Din dan aslamah ialah menyerahkan diri oleh sesuatu (Allah Swt) serendah-rendahnya yang bersifat haywani atau makhluk lainnya.

Adapun Sodikin mengatakan bahwa tidak ada sebetulnya konsep agama yang jelas dan dapat diterima secara umum oleh kalangan masyarakat. Karena beberapa cendekiawan muslim merumuskan konsep agama melalui cara dan argumennya masing-masing. Sehingga cendekiawan menulis juga tidak terlepas oleh lingkup sosial politik pada masanya (Sodikin 2003). Kesepakatan ini juga diperjelas oleh Mukti Ali bahwa agama ialah permasalahan bathin yang bersifat subyektif dan individualis. Selain itu agama dipengaruhi oleh konsekuensi emosional masing-masing individu, serta kekuatan iman, dan ketaatannya. Alasan lainnya karena pengertian agama sudah dipengaruhi oleh tujuan individu masing-masing (Al-Attas 1995). Berbeda dengan Harun Nasution juga mendefinisikan agama sebagai pengakuan tentang adanya komunikasi manusia dengan alam ghaib seperti kepercayaan dan kekuatan misterius, bisa juga diartikan sebagai wahyu ajaran dari Allah Swt melalui Rasul [nasution].

Agama memiliki fungsi utama bagi manusia dan para umat pengikutnya yang tidak banyak orang ketahui. Seperti yang telah dijelaskan oleh J.H Leuba agama merupakan sistem kepercayaan disertai emosional secara khusus. Fungsi agama juga memiliki identifikasi lain seperti fungsi edukatif oleh Puspito bahwa manusia menempatkan kepercayaannya pada agama untuk membimbing ke jalan yang benar dan lurus Agama memiliki sifat yang kompleks dan luas, bisa juga didefinisikan sebagai penyelamatan atau pengawasan sosial, sebagai jaminan manusia akan menuju kebahagiaan dunia akhirat(Al-Attas 2019).

Selain itu secara sosiologis agama dapat dipandang secara multifungsional, dan dapat dibagi menjadi beberapa fungsi ; seperti pewujudan memelihara tata kehidupan manusia, masyarakat, komunitas, dan keluarga. Agama juga bisa dianggap sebagai kekuatan integrasi sosial masyarakat. Agama sebagai patok yang mempengaruhi cara manusia menjalankan proses kehidupan, sehingga dasar ajaran agama harus dipegang teguh oleh seluruh umat manusia [Dwi wahyuni]. Agama memiliki unsur utama yang terdiri dari beberapa hal, misalnya ; adanya kepercayaan terhadap Tuhan sebagai tempat berteduh dan berlindung diri dari marabahaya, mengupayakan hubungan yang solidaritas dengan kehidupan masyarakat sekitar dengan tujuan dunia akhirat, menyayangi dan melakukan perintah Tuhan sesuai dengan amanat dan syariatnya, dan terakhir meyakini adanya rukun iman cinta kepada Tuhan, malaikat, Nabi, kitab suci, dan ibadah lainnya .

Bentuk wujud dari keagamaan dapat dinilai berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya, diantaranya ; *pertama*, faktor sosial yang mencakup perkembangan cara beragama, tatanan budaya sosial, dan lingkungan, supaya dapat menyesuaikan diri dengan toleransi atas semua sikap dan pendapat. *Kedua*, faktor pribadi yang berpengaruh hebat dalam pengalaman pemeluk agama, pengalaman konflik moral ini berkaitan dengan pengalaman emosional antara manusia dengan Tuhan, pengalaman manusia ini dapat membantu perubahan dalam sikap cara beragama. *Ketiga*, kebutuhan yang tidak bisa disempurnakan dalam hidup akan membutuhkan kepuasan agama, kebutuhan ini dapat dibagi menjadi kebutuhan keselamatan, cinta, perlindungan, harga diri, dan kebutuhan berserah diri. Keempat, faktor penalaran bahwa manusia memiliki kesempurnaan akal daripada makhluk lainnya, sehingga cara berfikir tersebut mempengaruhi bagaimana ia kemudian beragama, dan melaksanakan perintah Tuhannya sesuai syariat.

Cara beragama mendapat perhatian apabila ada hambatan yang memungkinkan manusia supaya jauh dengan ajarannya. Hambatan dalam beribadah ini terurai dalam beberapa aspek, misalnya ; hambatan akan adanya keraguan yang dipengaruhi oleh setan untuk membuat jauh antara hamba dengan Tuhan, adapun *tazyin* yang diartikan keindahan juga termasuk dalam strategi rayuan setan, faktor lainnya *tamanni/* angan-angan yang juga dilakukan oleh setan dengan memberikan manusia sifat berkhayal, *A'dawah/* bermusuhan merupakan sifat terjerumus yang dilakukan oleh setan seperti

menghasut untuk bersikap kebencian atau sifat mengadu domba untuk memunculkan kebencian dan bermusuhan, sedangkan *takwif*/ ketakutan/takut merupakan bagian dari hasutan setan untuk mengganggu kehidupan manusia supaya akan terus merasa khawatir dengan segala niat baik yang ingin dilakukan oleh manusia.

Sedangkan berkaitan dengan ajaran, aliran merupakan bagian dari ajaran yang diartikan sebagai paham-paham. Aliran ini terjadi di semua agama, termasuk samawi ataupun tabi'i seperti perbedaan pandangan baik bersifat individu atau kelompok yang menyebabkan munculnya aliran-aliran yang beragam. Ajaran agama atau Islam disini dapat diartikan sebagai prinsip/pokok yang berhubungan dengan segala kehidupan sehari-hari umat muslim. Hal ini dapat meliputi ajaran aqidah, ibadah, keluarga, sosial, politik, dan seterusnya(Shieddieqy 1982).

Secara umum ajaran dapat diartikan sebagai paham keagamaan, atau bagian dari ruang lingkup agama itu sendiri. Seperti, sumber ajaran, pembawa ajaran, dan pokok ajaran serta aliran ajaran. Adapun substansi yang disembah dalam agama Islam adalah Allah Swt, yang memiliki kitab suci al-Quran dan pembawa ajaran dipegang oleh rasul Allah Swt. Selain itu pokok ajaran disetiap agama terutama Islam ialah 'dogma' yakni ajaran yang wajib dipercayai oleh pemeluk agamanya masing-masing.(Sodikin 2003)

Ajaran-ajaran sebagaimana yang dimaksud dapat dibuktikan dengan mempertahankan kemurnian agama sebagai sesuatu ilahiah yang datang dari

Allah Swt. Sehingga dapat dipastikan bahwa ajaran Islam dapat memupuk keyakinan kuat tanpa ragu dalam mendisiplinkan umat manusia. Apa yang disebut sebagai appeal dari ajaran islam ialah supaya selalu mendorong manusia kepada kesejahteraan ummat dan rahmatan lil 'alamin(Natution 1985).

Berbeda halnya dengan kemunafikan yang merupakan sifat buruk dan dilarang oleh agama Islam Demikian tidak lain karena kesalahan yang terjadi pada manusia bukan karena ajaran atau teks agama. Melainkan kesadaran dan etika manusia dalam menjalani dan memproses sesuatu yang terjadi disetiap kehidupan. Sehingga persoalan semacam interpretasi teks tidak selalu bisa dipahami disatu masa dan disatu peristiwa. Interpretasi yang sesungguhnya selalu mengalami perubahan, bukan justru berhenti pada satu interpretasi para ulama dan cendekiawan terdahulu. Namun interpretasi klasik dalam mengajarkan ajaran dan paham keagamaan sebetulnya tetap akan selalu berpijak pada masa lalu(Mustofa 2011).

Ajaran agama Islam sering dianggap sebagai hal yang sensitif. Sama halnya dengan sentimen agama yang menyebabkan perpecahan umat. Ajaran agama Islam dan interpretasi teks keagamaan memiliki otoritas paling berpengaruh dalam pola kehidupan hirarki manusia sampai pertumbuhannya. Sehingga seiring berkembangnya zaman, perlu untuk menyaring kembali ajaran-ajaran yang murni untuk kebaikan dan ajaran-ajaran yang punya maksud sisi politik dalam bingkai identitas agama(Shihab 2004).

Adapun pokok-pokok ajaran agama terdiri dari dogma yang merupakan ajaran baik wajib dipercaya atau tidak bagi para pemeluknya karena aturan yang harus diikuti oleh ketentuan syariat agamanya masing-masing. Ajaran agama juga termaksud dalam program syariat Islam sebagaimana berikut ; memelihara kesehatan (Hifzhul Aqli), Menjaga kejiwaan (Hifzhul Nafsi), menjaga kesejahteraan (Hifzhul Mali), Menjaga nasab atau keturunan (Hifzhul Nasb), Menjaga kehidupan (Hifzhul Din).

Menurut al-Attas asas akhlak termasuk bagian dari ajaran agama yang perlu diperhatikan lebih dalam. Perubahan zaman menentukan tingkat standar akhlak yang berbeda-beda antara starta sosial manusia dalam komunitasnya masing-masing. al-Attas sedikit menyinggung persoalan adanya perbedaan antara konsep moral barat yang lebih mementingkan pencapaian kehidupan duniawi tanpa kepentingan beragama seperti dalam komunitas muslim [alattas]. al-Attas juga menjelaskan bahwa asas ber akhlakul karimah menentukan kefahaman manusia yang membawa pada tujuan Allah Swt., diantara sifat-sifat asas akhlak yaitu ; memahami ilmu, ihsan, jujur, ukhuwah, bertanggungjawab, hak kebebasan, peran baik, saling membantu dalam komunitas bermasyarakat dan lainnya [alattas].

D. Media Digital

Perubahan teknologi yang serba digital memudahkan manusia untuk mengakses semua informasi melalui internet baik berupa hal yang positif dan

negatif. Manusia dituntut untuk terus maju dan mengikuti perubahan teknologi yang semakin berevolusi. Sehingga memilah informasi menjadi tugas utama bagi setiap individu supaya tidak terjerumus dalam kefatalan. Hal ini juga dilengkapi dengan bukti bahwa *paperless* adalah trend bahwa dunia saat ini sangat sedikit yang menggunakan kertas dan lebih banyak menggunakan file *e-book*. [wawan setiawan, seminar nasional]

Media merupakan platform yang bersifat mediatisasi dan mediasi. Bagaimana seseorang bukan sekedar memberikan pengaruh positif dan negatif kepada para pengguna dan penonton, lebih dari itu teknologi saat ini mampu memutarbalikkan algoritma untuk memanipulasi pengguna sosial media. Sehingga dalam konteks mempelajari agama tidak bisa sekedar mengonsumsi konten-konten agamis di media sosial karena dapat dikategorikan konten instan. Sebaliknya, jika tidak bisa belajar tentang ajaran-ajaran keagamaan yang lebih dalam secara offline, alangkah baiknya secara online menggunakan media youtube. Hal ini mungkin dapat meminimalisir keinstanan pembelajaran ajaran agama Islam di media sosial.

Media secara umum sering disebut dengan karakteristik saluran, identifikasi baik arah pesan atau menggunakan alat khusus seperti facebook, twitter sebagai contoh interaksi komunikasi sesama lawan. Definisi yang paling benar tentang media ada begitu ragam dari berbagai tokoh intelektual. Namun pada intinya ialah sama bahwa media lebih mengarah kepada alat, platform, atau komunikasi online. Media memiliki sifat komunikasi online

yang tidak terkendali dan gigit atau biasa disebut sebagai *disentrainment* (Aguilera 2022).

Secara garis besar media dibagi menjadi dua bagian *pertama*, media berupa cetak seperti koran, majalah, berita-berita ilmiah, Kedua, media siaran radio seperti televisi. Berbeda dengan sosial media yang merupakan bagian dari media digital, yaitu sebuah media untuk berkomunikasi antar online untuk berinteraksi tanpa keterbatasan ruang dan waktu diseluruh dunia. Fokus media memiliki tiga konsep utama dalam media digital: antarmuka, interaktivitas, dan kode digital. Digital dijelaskan dalam kaitannya dengan diskusi perbedaan yang dimilikinya dibandingkan dengan teknologi dan media analog, serta berisi diskusi tentang pentingnya memahami konsep kode. Antarmuka mempertimbangkan peralatan fisik yang digunakan untuk berkomunikasi melalui dan dengan komputer serta konseptual, metaforis dan praktis desain antarmuka pengguna grafis. Sedangkan interaktivitas melatih argumen untuk interaksi, menjadi fitur penentu media digital sebagai bentuk budaya yang baru (Dickey and Lewis 2010).

Naasrullah menjelaskan bahwa media sosial merupakan perangkat yang bersifat lunak untuk mengumpulkan aktivitas komunikasi, berbagi antar individu oleh penggunanya. Lebih lanjut bahwa media sosial dianggap sebagai platform media yang digunakan oleh penggunanya untuk melengkapi aktivitas dan kolaborasi. Sehingga media juga dapat diarahkan sebagai sosial interaction karena memiliki sistem sebagai fasalimator bagi antar penggunanya. Aktivitas

dua arah baik dalam bentuk komunikasi informasi, visualisasi, tulisan, audiovisual, kolaborasi, akses dan penyebaran informasi merupakan bagian dari fungsi utama media digital online.

Adapun beberapa karakteristik yang didapat dari media sosial, diantaranya ;

1. *Network/* jaringan ; dianggap sebagai infrastruktur komputer dengan perangkat keras lainnya.
2. *Informations* ; merupakan identitas utama untuk pengguna media sosial dalam merepresentasikan identitas, produksi konten, dan interaksi.
3. *Archive* ; merupakan karakter yang melengkapi informasi tersimpan dan dapat diakses dalam ruang dan lokasi tak terbatas.
4. *Interactivity* ; merupakan media sosial yang membangun jaringan antar pengguna untuk berkomunikasi dan memperluas jaringan pertemanan.
5. *Simulation of society* ; merupakan karakter media sosial yang bersifat medium dengan berlangsungnya aktivitas sosial di dunia virtual.
6. *User generated content* ; merupakan bentuk karakter yang baru untuk memudahkan pengguna lain ikut berkontribusi dalam memproduksi konten guna kesempatan dan keluasan kolaborasi.

Media digital merupakan bagian dari bentuk interaksi sosial atau komunikasi. Hal ini terungkap melalui konsep dasar bentuk komunikasi digital, Misalnya ; *pertama, cyberspace/* dunia maya/ world wide web, internet, elektronik, forum diskusi, ruang obrolan/ chatting, multi player,

dan e-mail. *Kedua, virtual rituality* yang diartikan sebagai simulasi komputer melalui pengalaman dengan cara yang sama didunia real, seperti goggles, earphone. Ketiga, virtual community ialah komunitas didunia elektronik lebih banyak daripada dunia aslinya. Keempat, chat rooms, MUD/Bot ruang obrolan didunia maya, bisa bermain atau berlomba,

Pengguna media sosial bisa mengakibatkan kecanduan karena memiliki sifat internet yang adiktif. Nomophobia dinamakan sebagai seseorang yang kecanduan dan terus menerus menggantungkan hidupnya dengan media digital tanpa kenal waktu dan tempat. Adapun dampak positif bagi pengguna media digital seperti ;

1. Akses informasi yang lengkap dan cepat
2. Pertumbuhan inovasi dan kreatifitas untuk memudahkan bekerja
3. Media massa semakin menyebar sebagai sumber informasi masyarakat diseluruh dunia
4. Meningkatkan sumber daya manusia untuk mengelola SDM melalui peran teknologi dan pemanfaatan
5. Meningkatnya sumber belajar dan pengetahuan diberbagai media online, seperti *e-book*
6. Meningkatnya penjualan atau bisnis melalui pertumbuhan strategi marketing dimedia online, seperti shopee live, tiktok live, tokopedia, blibli, dan sebagainya.

Adapun dampak negatif dan bahayanya pengguna media digital tersebut, diantaranya ;

1. Akses data yang mudah menyebabkan ancaman dan kejahatan
2. Bahaya yang cukup bagi seorang anak yang menyerap informasi instan dan memudarnya konsentrasi seiring pertumbuhan.
3. Penyalahgunaan media digital untuk melakukan perilaku yang melanggar tindakpidana, seperti penjualan manusia, sabotase, bullying, manipulasi, dan seterusnya.
4. Tidak memanfaatkan kesempatan teknologi sebagai media belajar dan pertumbuhan dengan baik.
5. Kemerosotan moral remaja dan dewasa dikalangan masyarakat
6. Tersebar nya informasi hoax lebih banyak daripada informasi correct

Melalui dampak di atas dapat dirasakan apabila pengguna terkecoh dengan kemewahan dan kecanggihan media, justru dapat menyebabkan impact yang berbahaya. Sehingga yang perlu diketahui bagi banyak pengguna adalah pentingnya tantangan kehidupan di era digital. Dunia digital tidak sekedar kesempatan dan bahaya, tetapi juga dalam berbagai aspek bisa dicari. Seperti kontrol politik di media, dakwah agama di media, bisnis di media. Perlunya memberikan solusi yang harus dihadapi bagi setiap pengguna media sosial, sebagaimana dibawah ini ;

1. Menghindari penggunaan dan penyebaran konten yang mengandung unsur SARA, ponografi, kekerasan

2. Menghargai karya orang lain
3. Menghargai pendapat atau toleransi
4. Mengecek validitas dan kredibilitas sumber informasi berita
5. Tidak mengumbar dan menyebarkan informasi yang salah.

E. Media Sosial

Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi tak terbatas jarak, waktu, ruang, karena dapat terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka. Bahkan media sosial mampu meniadakan status sosial, yang sering kali dianggap sebagai penghambat komunikasi (dalam Watie, 2011: 69). Menurut Nasrullah (2016: 11) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial juga menjadi media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Lake, dalam *Information Management and Bussines Review* (dalam Cahyati, 2016: 26) mendefinisikan bahwa media sosial atau jejaring sosial merupakan sebuah alat ataupun media yang mengkombinasikan teknologi

dengan interaksi sosial melalui penggunaan kata – kata dan biasanya mengandalkan internet dan ponsel untuk membantu menyebarkan pesan dengan cara percakapan. Media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain – lain dengan orang lain (Taprial dan Kanwar, 2012 dalam Rahadi, 2017: 58).

Media sosial merupakan media *online* yang mempermudah penggunaanya untuk berinteraksi, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi pesan dengan mengandalkan internet. Media sosial memiliki karakteristik sebagai berikut (Gustam, 2015: 232) :

- 1) Partisipasi, mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audiens.
- 2) Keterbukaan, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui saran-saran *voting*, komentar, dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan.
- 3) Perbincangan, kemungkinan terjadinya perbincangan antara pengguna secara dua arah.
- 4) Komunitas, media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas – komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/ kepentingan.

5) Keterhubungan, mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antara pengguna, melalui fasilitas tautan (*links*) ke website, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya (Gustam, 2015: 232).

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, Plurk, Twitter, dan Instagram. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, Wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses instagram misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar

terhadap arus informasi tidak hanya di negara – negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita – berita.

Instagram, layanan pengambilan dan berbagi foto (dan video) seluler , dengan cepat muncul sebagai media baru yang menjadi sorotan dalam beberapa tahun terakhir. Ini memberi pengguna cara instan untuk mengabadikan dan berbagi momen hidup mereka dengan teman-teman melalui serangkaian gambar dan video (yang dimanipulasi dengan filter). Sejak diluncurkan pada bulan Oktober 2010, ia telah menarik lebih dari 150 juta pengguna aktif, dengan rata-rata 55 juta foto diunggah oleh pengguna per hari, dan sejauh ini lebih dari 16 miliar foto dibagikan (Instagram 2013). Kesuksesan Instagram yang luar biasa menguatkan laporan Pew baru-baru ini yang menyatakan bahwa foto dan video telah menjadi mata uang sosial utama di dunia maya (Rainie, Brenner, dan Purcell 2012).

Instagram layak mendapat perhatian dari komunitas riset yang sebanding dengan perhatian yang diberikan pada Twitter dan platform media sosial lainnya (Naaman, Boase, dan Lai 2010; Ellison dkk. 2007).

Pemahaman mendalam tentang Instagram sangatlah penting karena akan membantu kita memperoleh wawasan mendalam mengenai permasalahan sosial, budaya, dan lingkungan mengenai aktivitas masyarakat (melalui lensa foto mereka). Bagaimanapun , sebuah gambar dapat menyampaikan

ribuan kata (sebaliknya, Twitter pada dasarnya adalah platform komunikasi berbasis teks).



BAB III

METODE PENELITIAN DAN PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini akan menggunakan metode etnografi digital yang merupakan metode yang muncul dari metode etnografi. Suasana dalam etnografi digital sangat berbeda, yaitu ruang yang berbeda dimana etnografi tradisional digambarkan secara offline, sedangkan etnografi digital (DE) dilakukan secara online atau virtual. Metode ini mendeskripsikan, menganalisis, dan menjelaskan pola perilaku, kepercayaan, dan bahasa yang dimiliki bersama oleh kelompok yang berbagi budaya dari waktu ke waktu saat menggunakan media digital (Cresswell 2012). Menurut Postill & Pink (2012), dalam etnografi digital, ada lima rutinitas: mengejar, berbagi, menjelajah, berinteraksi, dan mengarsipkan. Praktik-praktik ini membentuk kerangka penting yang memungkinkan peneliti untuk menghasilkan pengetahuan dan menciptakan elemen lingkungan penelitian atau situs etnografinya (Postill and Pink 2012).

Selain itu, etnografi digital dapat dilihat sebagai bidang atau praktik. Peneliti menggunakan teknologi digital untuk menemani peneliti, peserta penelitian, dan audiens penelitian melalui dunia materi digital sehari-hari. Secara khusus, kita hidup di dunia ini dengan cara yang tidak berwujud dan emosional yang bergerak melalui materi digital. Dengan demikian, teknologi penelitian visi digital menemani peneliti, peserta penelitian, dan audiens penelitian melalui dunia materi digital sehari-hari, terutama hidup di dunia ini dengan cara yang tidak berwujud dan emosional yang bergerak melalui materi digital. Hal ini dikarenakan budaya dan adat budaya akan terlihat di media sosial dan akan muncul dalam teks yang ditampilkan melalui media komputer. Dalam penelitian dan pengembangan dunia internet, media sosial menjadi lokasi baru untuk penelitian etnografi (Horst 2017; Kozinet 2009; Pink 2007).

Etnografi dalam media digital membutuhkan ruang obrolan, grup diskusi, atau observasi terhadap realitas tertentu dalam ruang virtual. Etnografi digital berperan dalam mengolah kumpulan teks dan grafik yang tersedia dalam media digital dan memahami makna yang digambarkan melalui teks atau grafik. Tujuan etnografi digital adalah mencoba memahami pola dan tatanan hubungan dan perilaku dalam ranah digital. Esensi etnografi terletak pada kehadiran peneliti di lapangan, baik online maupun langsung di website. Artinya peneliti akan merekam kejadian di lapangan, mengamati, merefleksi, dan membuat laporan sementara (Kaur-Gill and Dutta 2017). Etnografi digital dalam penelitian ini dilakukan dengan mendeskripsikan, menganalisis, dan menjelaskan pola perilaku, kepercayaan, dan bahasa, yang dilakukan pada akun admin dan follower @yukngajijogja dan @yukngajipekanbaru. Kedua akun ini menggunakan komunikasi visual untuk menyampaikan pesan kepada pengikutnya.



BAB IV HASIL DAN DISKUSI

Rencana pembahasan akan dimulai dengan melakukan observasi mendalam terhadap akun Instagram @yukngajijogja dan @yukngajipekanbaru. Isu perdamaian dan agama menjadi hal utama yang akan dilihat dari segi komunikasi visual. Konteks media penyampaian dakwah dalam perkembangannya sangat erat kaitannya dengan teknologi visual, misalnya media sosial yang dapat dengan mudah diakses oleh kaum milenial melalui perangkat mobile. Oleh karenanya saat ini teknologi memungkinkan masyarakat untuk mengakses berbagai informasi khususnya dalam penelitian yang berkaitan dengan ajaran Islam dengan lebih efisien.

1. Penggunaan Warna Yang Dinamis Pada Konten

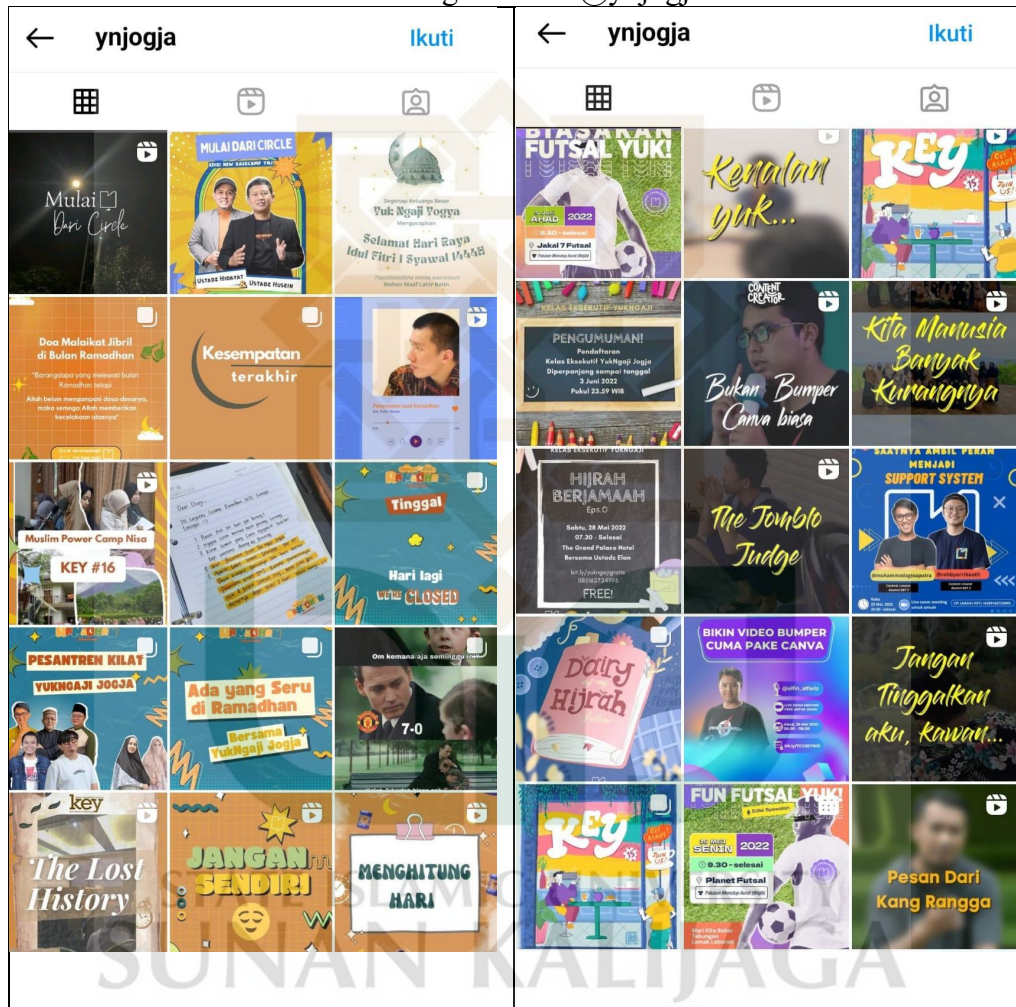
Komunitas Yukngaji Jogja dan Pekanbaru mengalami perkembangan yang cukup signifikan, terutama komunitas di daerah lainnya. Satu hal yang mendasari dan menjadi daya tarik dalam proses perkembangannya ini ialah penyebaran konten-konten di media sosial. Dari sinilah kemudian terbentuk sebagai visualisasi yang menggaet para audiencenya supaya ikut masuk kedalam komunitas Yukngaji tersebut. Berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan bahwa divisi kreatif membawahi divisi media dan event. Seperti dalam wawancara di bawah ini ;

D ; Kan ada ketua umum YN jogja tuh ini ni. Kan nanti dibagi-bagi ada divisi-divisi nya. Divisi kreatif itu membawahi divisi media dan divisi event. Jadi beliau ini yang mengontrol lah konten-konten YN mau yang gimana lah, mau apa yang di bangun. Terus event mau menjalankan event gimana nih konten nya, atau mau apa. Nah mas roby sekarang masih ngebangun vibes retro di ig nya YN. Pakainya warna-warna retro, terus font-font nya juga retro gitu si bu

Sehingga sebelum memproduksi dan menyebarkan konten-konten tertentu harus dibawah *accord* pihak kreatif. Dalam pembuatan konten-konten persuasifnya,

yukngaji memiliki target *audience* anak muda yang menyukai K-Pop, Drakor/ Drama Korea namun kurangnya pemahaman ajaran agama. Adapun bentuk warna dalam instagram @ynjogja dan @yukngajipku ;

Gambar 2
Instagram feed @ynjogja



Gambar 3
Instagram feed @yukngajipku



@yukngajijogja dan @yukngajipku ini merupakan dua media dakwah yang berani memajukan dan mengembangkan ajaran keislaman supaya lebih ringan dan tidak kontroversial dalam memahami umat awam yang berkeinginan belajar. Strategi-strategi yang digunakan kedua media ini sangatlah menarik untuk ditinjau kembali dari sisi *market niche* nya yang fokus terhadap *agent generation Indonesian Future*. Sebagaimana dalam wawancara ;

D ; *Jadi targetnya itu anak muda, kenal sama islam dan dia tertarik dengan islam. Kenapa harus anak muda? Karena anak mudalah agent of change nya, mereka estafetnya. Karena kalau orang tua diajak mereka sudah riweh dengan kehidupannya, energinya sudah habis. Makanya Yuk Ngajiitu visualisasinya dakwah yang menyenangkan, tapi meskipun menyangkan kita tetap sampaikan ketegasan gitu loh, halal ya halal, haram ya haram.*

Konsep yang dibangun oleh karakter yukngaji di kedua daerah ini memiliki nuansa retro vibes dari segi warna konten dan tulisan serta lagu-lagu pilihannya. Komunitas ini sangatlah jujur dan sukarela dalam mengembangkan medianya untuk menyebarkan ajaran serta memperluas cabang komunitas diberbagai daerah lainnya. Tentu hal ini tidak mengabaikan sisi ajaran-ajaran keislaman yang ingin disampaikan dalam komunitas tersebut.

Oleh karenanya dalam merangkul anak-anak muda inilah yukngaji memiliki ide supaya konten-konten yang disebar tidak mengandung unsur SARA, unsur melanggar syariat dan lainnya. Merangkul anak muda melalui konteks syariah yang modern, trendi, dan visual. Selain itu mereka sepakat menggunakan nuansa warna *niche market* retro yang ternyata bagi pendapat mereka banyak digandrungi dan disukai oleh anak muda. Menurut mereka warna retro ini terkesan lebih menarik dimata dan lembut daripada warna-warna terang pada umumnya, selain itu juga terimplikasikan ke font-font atau gaya tulisannya yang mereka sebut sebagai retro.

Namun pada bagian ini warna retro yang mereka sebutkan tidak menjelaskan spesifikasi yang dimaksud seperti apa. Misalnya warna-warna nude seperti warna bumi/*earth tone* yaitu *cream*, coklat, putih, dan seterusnya. Namun dalam wawancara

yukngaji Jogja sedikit menjelaskan arah retro ke vintage, seperti dalam wawancara di bawah ini ;

R : terus kalian punya kaya pakem-pakem warna kemudian font gitu engga ?

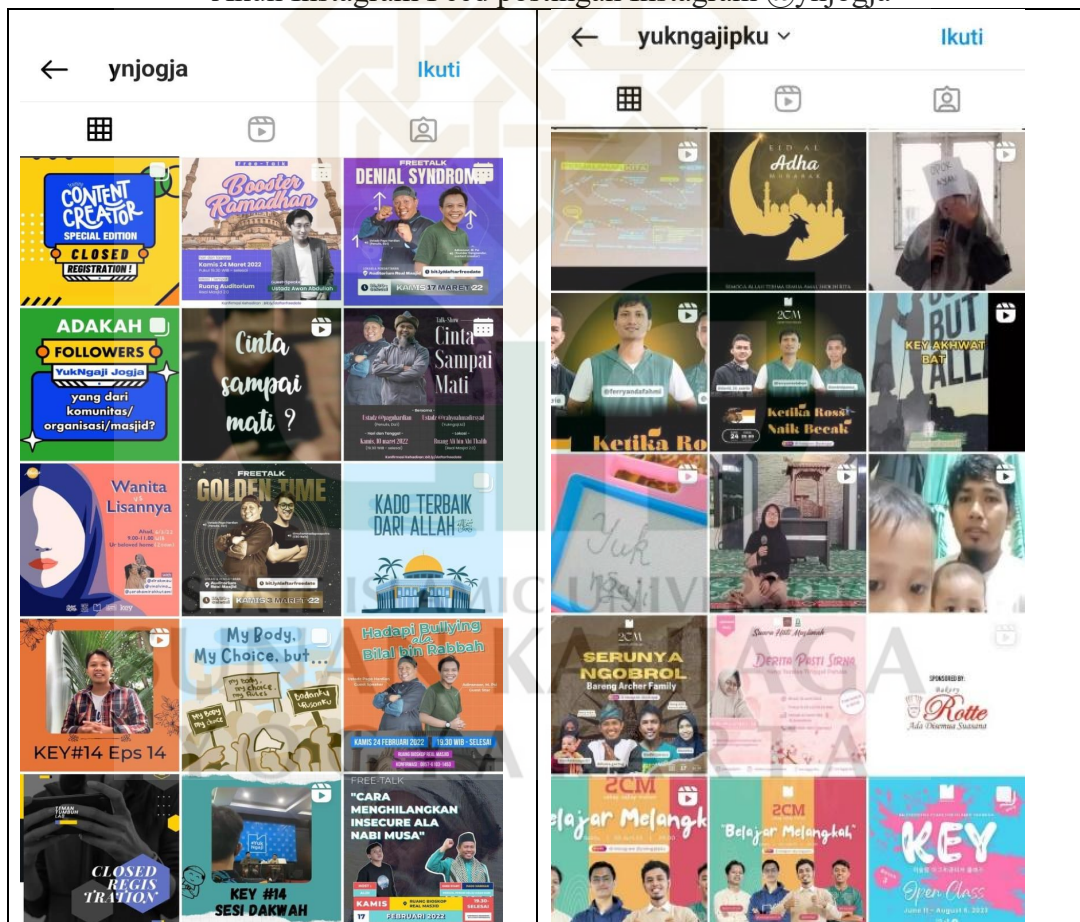
D : ada bu, kalau font nya tuh beda-beda si bu. Dewi kan baru di media ini. Itu tuh ada guideline perkontenan nya cuman kadang engga jalan. Jadi jalan nya itu tergantung imajinasi atau kreatifitas yang lagi buat. Misalnya dia buat desain nih bu. Cuman dia itu lebu bisa memunculkan vibe-vibe retro atau vintage yaudah dia buatnya kaya gitu walaupun sebenarnya udah dibuatin, tapi kadang diluar pakem itu

Adapun hal ini terlihat di beberapa postingan yukngaji Jogja dan Pekanbaru

berikut ;

Gambar 4

Akun Instagram Feed postingan Instagram @ynjogja

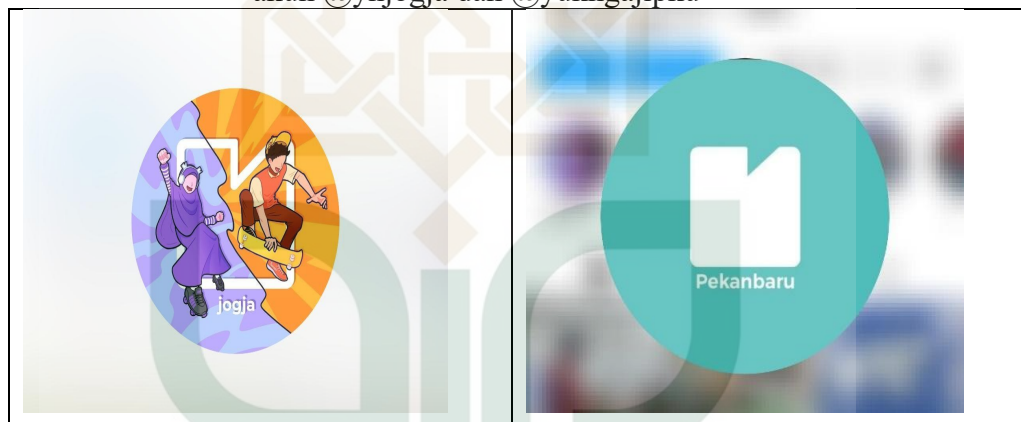


Sumber: Dokumentasi Peneliti

Selain warna dan font yang condong retro ini tim komunitas yukngaji melakukan riset untuk mengetahui trend apa yang sedang naik dikalangan anak muda,

baik dari segi musik dan lirik, sampai video/audio yang sedang viral diplatform media sosial lainnya terutama instagram. Meski sebetulnya terkesan absurd tapi unik bahwa profil yukngaji ini ternyata tidak ada warna pakemnya hanya saja logonya tetap sama. Sehingga diberbagai cabang seperti Pekanbaru, Solo, Surabaya, Bogor, Cilegon, Jogja ini berbeda-beda. Klaim logo yang berbeda ini juga didukung oleh sumber wawancara lainnya bahwa dibeberapa penempatan logo selain warnanya yang berbeda, ada juga penempatan tulisan kecil/ tambahan tulisannya yang berbeda-beda seperti 'PKU, #YukNgaji. Seperti berikut ;

Gambar 4 : Profil Instagram akun @ynjogja dan @yukngajipku



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Menurut pendapat mereka logo yukngaji ini memiliki karakter masing-masing disetiap regionalnya. Maka tidak heran apabila terlihat dibeberapa akun instagram yukngaji berbeda-beda. Bukan tidak konsisten soal logo, namun lebih tepatnya karakter yang dibangun dalam dakwah menyesuaikan konteks dimana ia tinggal. Misalnya seperti yang disampaikan oleh pewawancara ada ciri dakwah yang berada diwilayah sumatera sehingga dalam penyampaian persuasifnya tidak terlalu lembut dan *soft*, tapi lebih *hard* dan tegas.

R: Logo berdasarkan karakter dari setiap regional kan, kalau untuk Pekanbaru sebagai koordinator, kakak memahami karakternya bagaimana si, dan hingga visualnya harus bagaimana si begitu?

UM : sebenarnya kalau kakak lihat di IG Yuk Ngaji itu, karena dakwahnya digital kan, ya kamu menyadari memang dakwah di era ini itu kan digital kan. Mungkin IG nya Yuk Ngaji Pekanbaru tidak serapih IG IG regional lain secara visual, warna secara susunan, saya rasa itu benar-benar tidak rapih. Nah kenapa itu tidak atau belum dirapihkan karena setiap event kan ada tim dokumentasi tuh, ada tim komunikasi, nah tim itu tuh berbeda-beda isinya, jadi merek aitu buat dengan taste mereka, dan kita akan menerima hasil karya mereka dengan lapang dada, paling kita cuman bilang oh logo yang ini ketinggalan kak, coba yang ini kak. Untuk bagaimana gaya nya, gimana dia bungkus video itu, gimana bentuknya mau apa katanya mau kekmna transisinya itu terserah mereka. Karena kita percaya kak ketika kita pilih kita percaya dengan hasil karnyanya, paling kita poles poles. Nah begitulah cara saya menanamkan kepercayaan diri kepada semua tim saya. Jadi mereka tidak akan pernah merasakan hasil karya mereka itu jelek, cuman dipoles-poles aja sedikit. Kita akan menerima semuanya, kita gamau mengcut, karena saya tahu, saya yakin mereka sudah butuh effort untuk mengerjakan itu tidak harus sesuai selera saya kalau mau saya ya harus bikin sendiri berarti. Makanya kesannya tidak rapih, karena tidak satu PJ dokumentasinya kak. Dan saya berharap semua orang bisa menjadi PJ nya. Karena kalau saya berharap pada satu PJ lalu PJ itu pergi dan berubah hati nya bagaimana kalau dia tidak disini lagi, atau dia pindah diluar kota terus nanti goyang dong kapalnya. Jadi saya ingin semua orang itu PJ, Semua orang bisa dokumentasi dengan pemetakan tadi

Hal ini juga dipengaruhi oleh bahasa dan aksan disetiap regionalnya masing-masing, dan merangkul orang-orang dengan aksan yang berbeda-beda tidaklah mudah. Berbeda halnya dengan yukngaji di Jogja yang lebih mudah berkembang karena kota pelajar. Selain itu strategi dakwahnya juga lebih banyak di konten dakwah. Inilah yang membedakan yukngaji PKU dengan Jogja, Adapun hal yang menjadi unik dalam dua akun instagram ini ialah yukngaji PKU ternyata lebih rutin dalam membuat agenda aktif daripada yang lainnya. Seperti di bawah ini ;

Gambar 5

Feed konten aktivitas akun @ynjogja & @yukngajipku



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Menariknya lagi setiap konten yang ingin dipublikasikan ke sosial media instagram akan selalu mengalami evaluasi mingguan dan bulanan oleh pihak devisi

kreatif. Evaluasi ini berisikan ada atau tidaknya perkembangan, *viewers*, peminat *audience online*, dan sebagainya. Hal ini terungkap dalam wawancara berikut ;

D : *kaya gini bu, ini 300 an. Ohiya poster itu tinggi engga nya juga karena ini sih bu, pematerinya sista. Ini sih bu yang paling tinggi karena ini kan bu ada dua orang dari pusat yang datang ke jogja*

D : *ada ustadz cahya dan bang fuad. Itu kan orang YN pusat. Ini juga engagemnt nya tinggi setelah riset dari tim media, ternyata itu berpengaruh siapa yang ditampilin di poster jadi tinggi engagement nya*

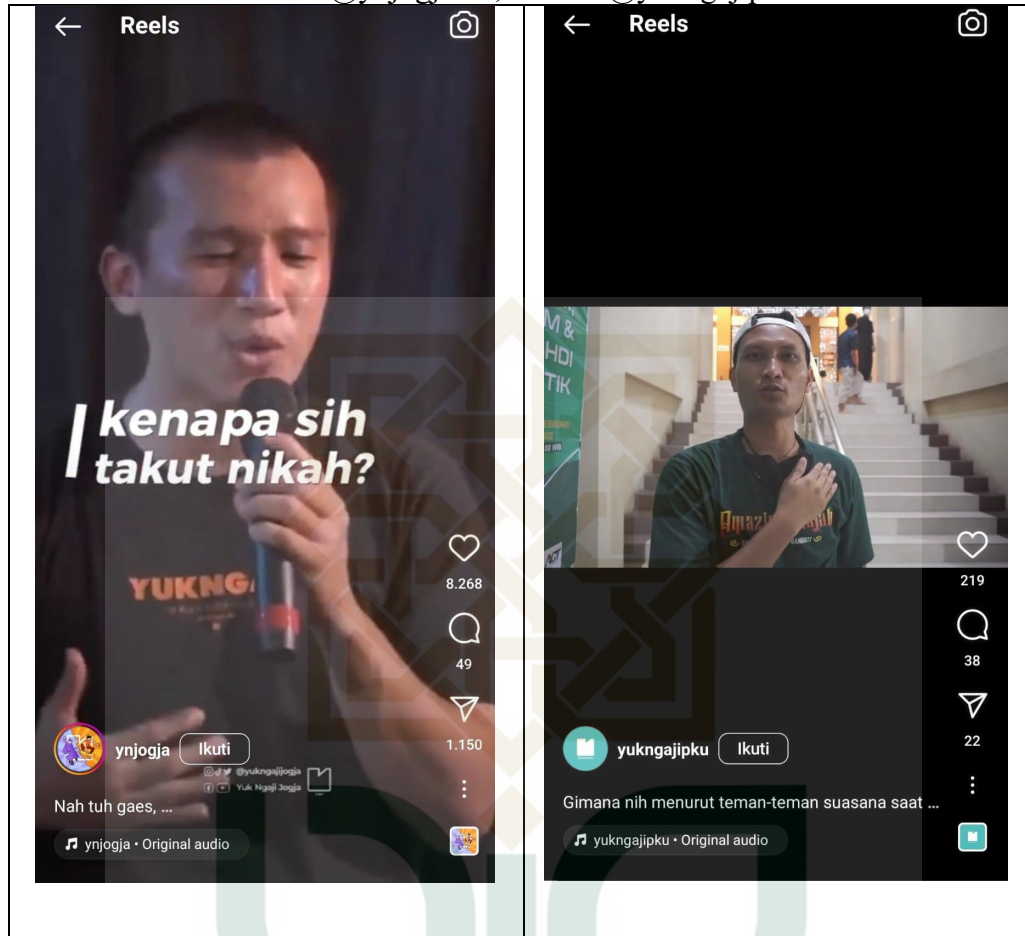
D : *itu tadi bu, tergantung yang ngedit. Mas roby ngasih tau ini ya kita besok tanggal ini ada event, di jam segini, tema nya tentang ini . Nnati langsung lempar ke tim media. Nanti tim desainer langusng tuangin ide aja, nanti dilempar lagi di grup media sama event, nanti kalau udah di acc. Jadi main vibes, engga yang terlalu pakem.*

D : *yang flat, engga seru, kalau engga ekspresif mau di konten video atau poster kalau kurang ekspresif mas roby bilang coba dong ini biar lebih ekspresif entah ditambahin elemen atau apa gitu.*

Pembentukan konten ini tidak mudah untuk menciptakan *strategi marketing* dalam memikat *audience*. Tentu dikarenakan analisis atau dugaan terhadap algoritma sosial media tidak mudah. Komunitas ini pun akhirnya menyusun strategi konten dan dibagikan sesuai jobnya masing-masing. Dari mulai pembagian job desain, isi konten berupa reels, *microblog*, dan *copywriting*. Waktu yang dibataskan oleh beberapa anggota disetiap jobnya berbeda-beda, seperti content plan 2 minggu sebelumnya oleh tim desain. Jam upload konten juga sudah ditentukan oleh pihak creator komunitas yukngaji yaitu tepatnya 06.00 pagi.

Selama perkembangannya *engagement* paling tinggi dalam konten reels komunitas yukngaji sebanyak 14 ribu, *viewers*. Seperti dibawah ini ;

Gambar 6 : Reels postingan terbanyak akun @ynjogja 72,2rb dan @yukngajipku 4rb



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Menurut tim kreatif setiap konten harus terlihat vibes asik dan ekspresif supaya dapat merangkul *audience* untuk menuju profil instagram yukngaji tersebut. Seperti dalam wawancara berikut ini ;

D : karena kita seringnya main di reels si bu. Video apa yang di tonjolkan di video vibes tadi yang seru, main, disini enjoy tapi engga keluar dari syariah. Tapi kalau pakem gambar engga ada si bu.

R : kan kalau pas acara kita kemarin itu visual di poster kaya horor-horor, nah itu gimana?

D : itu tadi bu, tergantung yang ngedit. Mas roby ngasih tau ini ya kita besok tanggal ini ada event, di jam segini, tema nya tentang ini . Nnati langsung lempar ke tim media. Nanti tim desainer langusng tuangin ide aja, nanti dilempar lagi di grup media sama event, nanti kalau udah di acc. Jadi main vibes, engga yang terlalu pakem.

Adapun momen-momen tertentu yang menghasilkan *engagement* tinggi melalui *story question answer* dan pamflet-pamflet menuju event. Peminat pertanyaannya beragam, seperti bagaimana supaya dapat bergabung, apa saja syaratnya, tanggal *event*, pemateri dan lainnya. Bagi tim media isi dari poster-poster event yang disebarakan sangat berpengaruh dalam *engegement*, seperti dibawah ini;

Gambar 7
Postingan kajian aku @ynjogja dan @yukngajipku



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Gaya kontennya yang unik, disertai fokus warna dan tulisan retro merupakan strategi pemasaran dalam komunitas Yukngaji Jogja dan Pekanbaru. Meskipun begitu tetap saja dalam postingan-postingan akun tersebut tidak sesuai keinginan pihak komunitasnya masing-masing. Hal ini ditandai dengan alasan bahwa tim dari komunitas Yukngaji selalu mengalami perubahan dan sering terjadi pergantian tim. Selain itu hal ini juga disebabkan karena tim yang bergabung dalam mengelola akun media sosial terlaksana karena adanya sukarela atau tanpa imbalan. Oleh karenanya gaya kontennya yang seperti itu merupakan bagian dari strategi marketing komunitas yukngaji Jogja dan Pekanbaru. Klaim tersebut serupa dengan hasil wawancara bahwa ;

Wawancara dengan yukngaji Jogja :

R : *terus misal kita kan udah aktif di situ, udah bantuin ini itu. terus kalau tiba-tiba ada yang engga aktif lagi kena sanksi engga?*

D : *engga- engga bu, cuman ya nanti ditanya, kenapa engga aktif lagi? Ada kesibukan kah? Atau ada amanah yang lain. Mau masih aktif engga?, kalau engga ya*

gapapa monggo keluar. Maksudnya pun keluar nya tidak yang secara resmi organisasi gitu engga. Yaudah ngilang aja gitu. Soalnya sering terjadi gitu juga bu. Pasti ada orang-orang yang tiba tiba ngilang, misalnya diajak ketemu diajak rapat tapi gak ada nih. Oh yaudah berarti

Wawancara dengan yukngaji PKU :

N : *karena kan kadang ada yang sudah lama jadi tim media kan ada yang baru juga, jadi kadang tidak sesuai.*

R : *berapa orang yang boleh nyumbang konten di media?*

N : *kalau yang media si selama yang ditunjuk uma selama kegiatan, nah kalau yang di korner si dari kak indri, yang di key itu di tunjuk kak uma. Itu sih orang-orang nya yang di media.*

Content planning yang telah disusun oleh tim media ternyata dapat mengalami perubahan sewaktu-waktu tertentu. Hal ini dapat dilihat apabila ada beberapa event yang diadakan secara dadakan, sehingga diperlukan adanya *briefing* terlebih dahulu dalam penyusunan konten tersebut. Penting untuk diketahui bahwa komunitas ini sangat menarik, menargetkan pasarnya kepada anak muda yang hedon dan sekuler. Tentu harapannya semakin berkembang dalam kancah yang lebih luas, dan *upgrading* ilmu lebih baik dari sumber terpercaya, dan dapat memberikan manfaat extra terhadap generasi penerus anak muda terutama di Indonesia.

2. Visualisasi Aktivitas Proses Pembelajaran Ajaran Agama

Pada perkembangan arus globalisasi ini memungkinkan ada banyaknya tantangan dalam penyebaran Islam melalui dakwahnya. Umat muslim dituntut untuk memiliki daya kreatif dalam membawa ajaran agama Islam supaya dapat diterima disemua kalangan tanpa pandang bulu, tanpa diskriminasi sebagai agama yang paling mayoritas di dunia. Oleh karenanya dakwah digital semakin marak menjamur diberbagai platform media dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Media

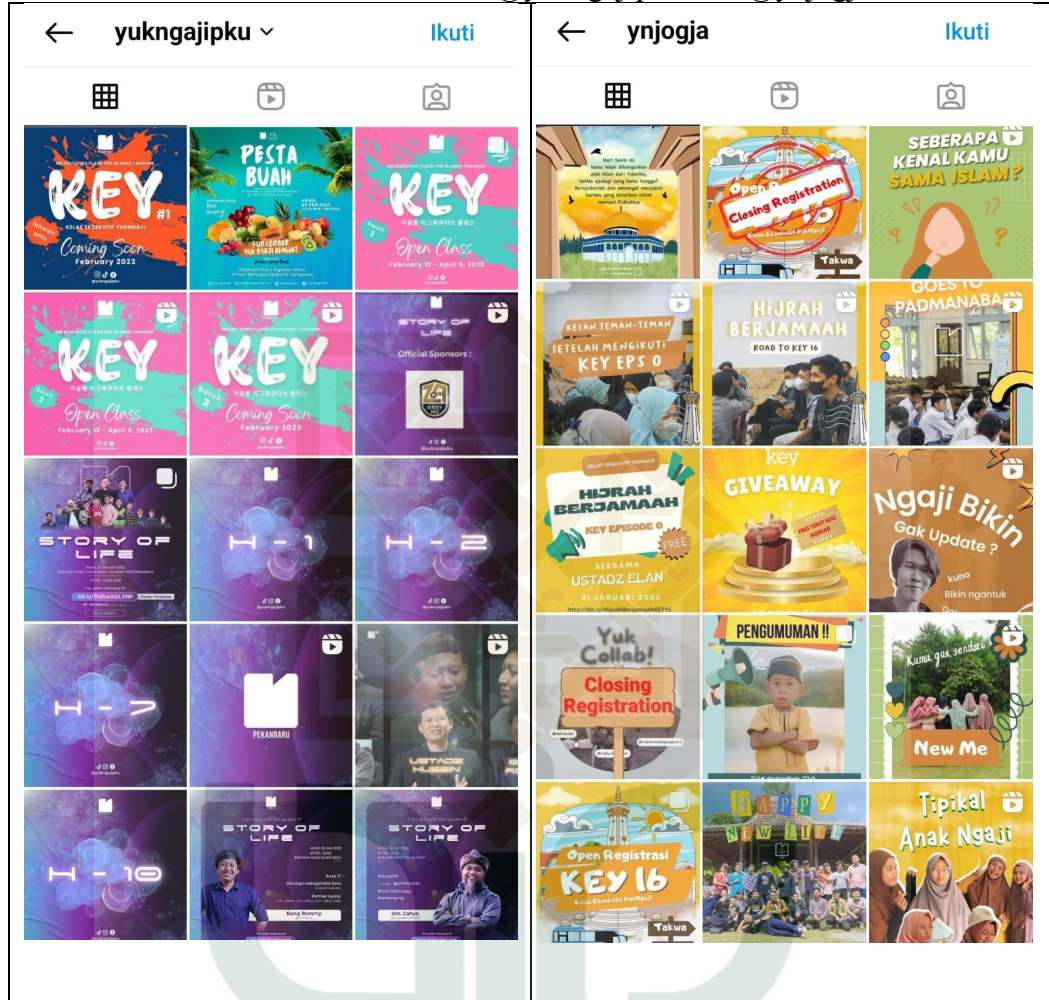
merupakan produk massal yang dapat diakses kapanpun tidak terlepas dari ruang dan waktu oleh penggunanya.

Terlepas dari segala upaya dalam mengelola media untuk mengembangkan konten dakwahnya, informan wawancara mengatakan bahwa materi yang diangkat tidaklah berat dan tentu lebih mudah dipahami, diserap, dan diterapkan oleh anak muda yang ikut kajian tersebut. Seperti halnya dikelas KEY materi dasar harus dikuasai oleh kalangan pemula yang ingi bergabung, supaya mampu menjadi dasar dalam menyebarkan dan mengajak saudara muslim lainnya untuk ikut andil dalam komunitas berbaik hati ini.

Aktivitas penyampaian ajaran agama oleh komunitas tersebut melalui media sosial terbagi menjadi beberapa hal. Seperti aktivitas dokumentasi acara kajian agama, suasana belajar bareng, suasana kumpul atau diskusi bersama, suasana nongkrong sambil ngaji, suasana bermain musik dan suasana lainnya. Bagi mereka belajar itu tidak selalu didalam masjid tetapi juga bisa diluar masjid sambil memainkan hobinya masing-masing, dan yang paling terpenting adalah niat dan kemauannya dalam belajar ajaran agama tersebut. Sebagaimana konten aktivitas di bawah ini ;

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 8
 Aktivitas dalam akun @yukngajipku dan @ynjogja



Sumber : Dokumentasi Peneliti

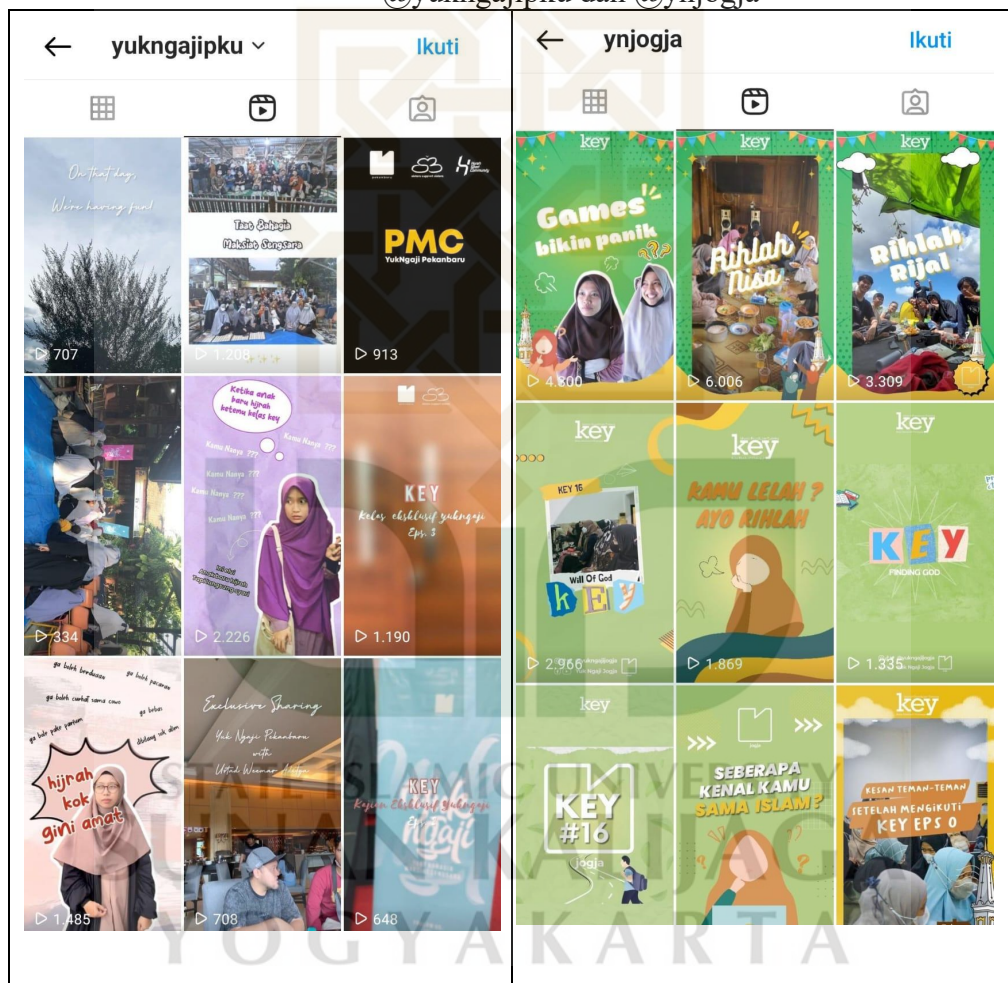
Selain itu komunitas disetiap regionalnya masing-masing memiliki ciri khas dalam berdakwah. Ciri khas inilah yang kemudian ditampilkan dalam konten-kontennya supaya menarik perhatian audience. Seperti yang mereka sebutkan dalam wawancara ;

D : Jadi memang setiap regional itu ada kalau bahasa pemerintah si otonomi ya. Jadi mereka yang paling tahu karakter masyarakat tempat mereka dakwah. Enggak akan sama kak karakter Jogja sama Pekanbaru. Pekanbaru ini Sumatera loh keras. Sedangkan orang jawa itu kan, apalagi nih jogja kota pendidikan, kotanya pemuda. Mungkin di Jogja itu model dan cara dakwah nya lebih banyak dan lebih berkembang

dibandingkan dengan Pekanbaru. Setiap regional itu punya sense cara nya sendiri karena mereka lebih tahu tabiat masyarakat dimana mereka tinggal. Misalnya di Jaksel, suka nongkrong ya kan, anak jaksel Yuk Ngajinya mungkin sambil nongkrong sambil ngaji.

Hal ini terlihat dalam beberapa postingannya tentang aktivitas yang kerap mereka bagikan, berikut ;

Gambar 9
 Aktivitas dan konten harian yang sering diposting dalam akun
 @yukngajipku dan @ynjogja



Sumber : Dokumentasi Peneliti

3. Penggunaan kosa kata anti SARA

Yukngaji mengadakan kelas KEY ini membahas beberapa materi tentang fiqh, akidah, dan lainnya. Pertemuan ini dilakukan untuk pendalaman tentang kajian-kajian keislaman. Penyampaian materinya tidak berlandaskan al-Quran dan Sunnah atau

rujukan langsung dalam ajaran Islam. Namun melalui Ustaz-ustaz yang mereka kenal/ idolakan. Hal ini bisa saja memposisikan sebagai anak muda yang maunya di era sekarang segala sesuatu harus didapat dengan instan. Sehingga pelajaran-pelajaran yang ingin diketahui melalui perantara orang lain daripada merujuk sumbernya langsung untuk dijadikan sebagai bahan ajar terhadap diri sendiri. Ungkapan ini terbukti dalam wawancaranya ;

UM : *sebenarnya kita juga engga mau menanggapi isu sara itu yang gimana-gimana, kalau saya sih melihat kalau Yuk Ngaji enggak berpotensi karena di Yuk Ngaji ini kan juga dari semua kalangan kalau saya sih selalu bilang kalau mau belajar tahsin dimana kak? Bisa di mana saja, pergilah, selama ustadz itu sesuai dengan qur'an dan sunnah maka pergilah, komunitas ini kan cuman cara agar mau tertarik dengan islam. Mau setelah ini intensif dimana pergilah. Toh juga Yuk Ngaji tidak menyediakan itu kan, paling sampai kelas key, engga ad ayang sampai direkrut nanti sampai jadi ini, itu enggak ada. Makanya di Yuk Ngaji itu belajar islam nya ke semuanya kak. Misalnya kaya saya, ada kajian disini datang, disana datang. Karena bagi kami islam itu indah loh. Kalau pekan baru sih gitu, mudah-mudahan regional lain juga gitu ya. Karena say juga tidak tahu*

R : *Terus di dalam kelas KEY belajarnya apa aja?*

D : *Belajarnya akidah, Fiqih, terus sejarah sama dakwah. Materi-materi itu.*

R : *Setelah dari situ ke faster kan, terus ngapain lagi?*

R : *Key itu makna nya apa? Apakah akan menjadi orang-orang yang nantinya akan diregenerasikan ?*

UM : *enggak, karena yang ikut key itu enggak mesti orang yang jadi karyawan juga. Jadi key itu kelas bebas, kelas umum. Terbuka aja. Kalau dia memang tertarik jadi karyawan ya silahkan enggak juga gapapa. Kita tidak ada paksaan, itu bukan secara rekrutmen. Itu kan enggak ada kornernya, layaknya kelas pada umumnya dia gabisa main main. Materinya itu nanti berkesinambungan dari pertemuan satu ke pertemuan selanjutnya begitu.*

Selain itu kekuatan para koordinator dalam regional yukngaji adalah hal penting yang harus diketahui. Pasalnya berdasarkan wawancara aksi yang mereka lakukan dengan mengajak para saudara muslim lainnya, lalu mengadakan agenda-agenda rutin untuk kajian ringan, dan lain sebagainya adalah murni niat karena *lillahi ta'ala*. Dugaan ini telah terbukti dalam beberapa wawancaranya, sehingga event-event yang dirancang baik melalui online dan offline tidak menggunakan dana mandiri, namun dana keihlasan. Semuanya adalah murni keinginan dari setiap orang yang ingin bersedekah. Sehingga betapa karyawan yukngaji ini disebut sebagai karyawan Allah karena berbuat perilaku dengan tujuan yang baik dengan tidak dibayar. Asumsi dan kepercayaan mereka terletak pada bog power amal jariyah melalui dakwah adalah ladang pahala yang tidak tumpah materi namun bisa dirasakan secara terduga oleh pihak-pihak tertentu.

UM: *Jadi kita tidak memungut kas dari semua karyawan, tidak ada kas mingguan, bulanan itu gak ada. Jadi ada acara ini loh kita butuhnya ini gitu, misalkan siapa yang mau menginfakkan hartanya. Kalau misalnya tidak ada udah mentok, pernah ni kita bikin acara story of life, kita datangkan ustad husein, sahil sama dari pusat itu transportasi mereka kita yang tanggung loh, itu darimana duitnya hampir 40*

juta itu semua dari para karyawan Allah yang mendonasikan dan berkomitmen 500 ribu, lalu sisa nya bagaimana kami sebagai perusahaan menyebar proposal, mencari para orang-orang baik, saya punya relasi siapa ya dan dia nih orang kaya dan orang baik, saya akan bilang kak kami punya acara butuh uang segini kira-kira mau menyumbang berapa. Jadi dana nya itu per event. Pokoknya dapet aja entah siapa yang berinfaq.

UM ; saya bikin gran launching di oktober lalu. Padahal Yuk Ngajinya sudah ada, tapi saya bikin grand launching Yuk Ngaji akhwat Pekanbaru. Jadi saya launching in, saya buat acara itu kaya grand launching. Dari mana dana nya? Ya dari kita untuk kita. Jadi kalau kakak tanya darimana dana Yuk Ngajiya itu, karena kita gak punya dana, kita tidak punya donatur dan sponsor tetap. Dana kita dari para karyawan-karyawan Allah itu.

Segala bentuk konten dakwah yang diupload dalam platform sosial media kedua akun tersebut mengaskan supaya fokus terhadap trend anak muda, tidak terlalu religi, tidak terlalu keras. Titik pembuatan konten yang diinginkan seperti ini melalui beragam koreksi sampai kemudian di upload. Minat kajian yang digapai oleh para anak muda adalah hal-hal yang menyentuh secara duniawi semacam jodoh, hijrah, fashion, dan sebagainya. Hal ini menunjukkan strategi marketing dengan niche yang tepat, meskipun visualisasi konten tidak rapi dan konsisten serta rutin untuk dilakukan.

Selain itu untuk mewujudkan perdamaian dalam konteks komunitas dakwah yukngaji Jogja dan Pekanbaru haruslah sesuai dengan syarat utama yaitu kontennya tidak menampilkan SARA/ suku ras agama antar golongan. Hal ini terwujud dalam

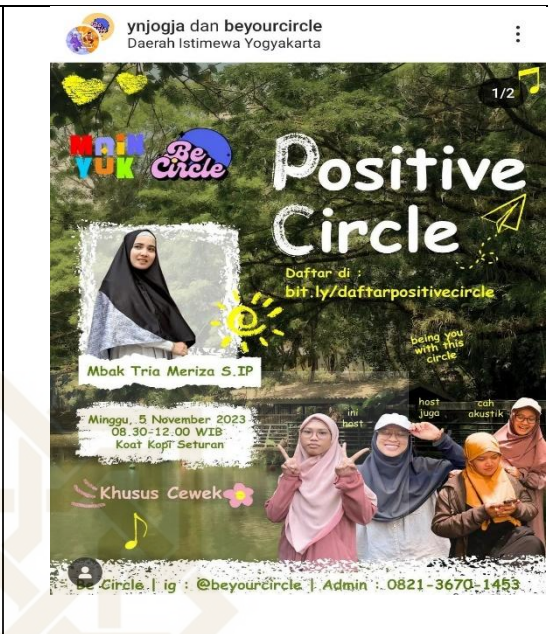
konten-kontennya yang lebih mudah dan ringan untuk ditonton oleh kalangan anak muda. Hal ini tersampaikan dalam wawancara ;

R : untuk menghindari dari isu SARA itu bagaimana ?

UM : sebenarnya kita juga engga mau menanggapi isu sara itu yang gimana-gimana, kalau saya sih melihat kalau Yuk Ngaji enggak berpotensi karena di Yuk Ngaji ini kan juga dari semua kalangan kalau saya sih selalu bilang kalau mau belajar tahsin dimana kak? Bisa di mana saja, pergilah, selama ustadz itu sesuai dengan qur'an dan sunnah maka pergilah, komunitas ini kan cuman cara agar mau tertarik dengan islam. Mau setelah ini intensif dimana pergilah. Toh juga Yuk Ngaji tidak menyediakan itu kan, paling sampai kelas key, enggaa ad ayang sampai direkrut nanti sampai jadi ini , itu enggak ada. Makanya di Yuk Ngaji itu belajar islam nya ke semuanya kak. Misalnya kaya saya, ada kajian disini datang, disana datang. Karena bagi kami islam itu indah loh. Kalau pekan baru sih gitu, mudah-mudahan regional lain juga gitu ya. Karena say juga tidak tahu

UM : tidak harus di masjid. Mungkin kak anak jogja ada masjid jogokaryan, ada komunitasnya jadi ke masjid. Jadi beda kak sesuai. Karena kita dakwah itu kan melihat masyarakat dimana kita hidup kan, ekstistensi dakwah itu begitu dan memang sebenarnya goal dari Yuk Ngaji ini satu aja, anak muda itu kenal islam dan tertarik dengan islam. Karena selama ini anak muda itu engga kenal dan engga tertarik belajarnya. Makanya Yuk Ngaji ini kan lebih fun dakwahnya, engga kaku, selama tidak melanggar hukum SARA.

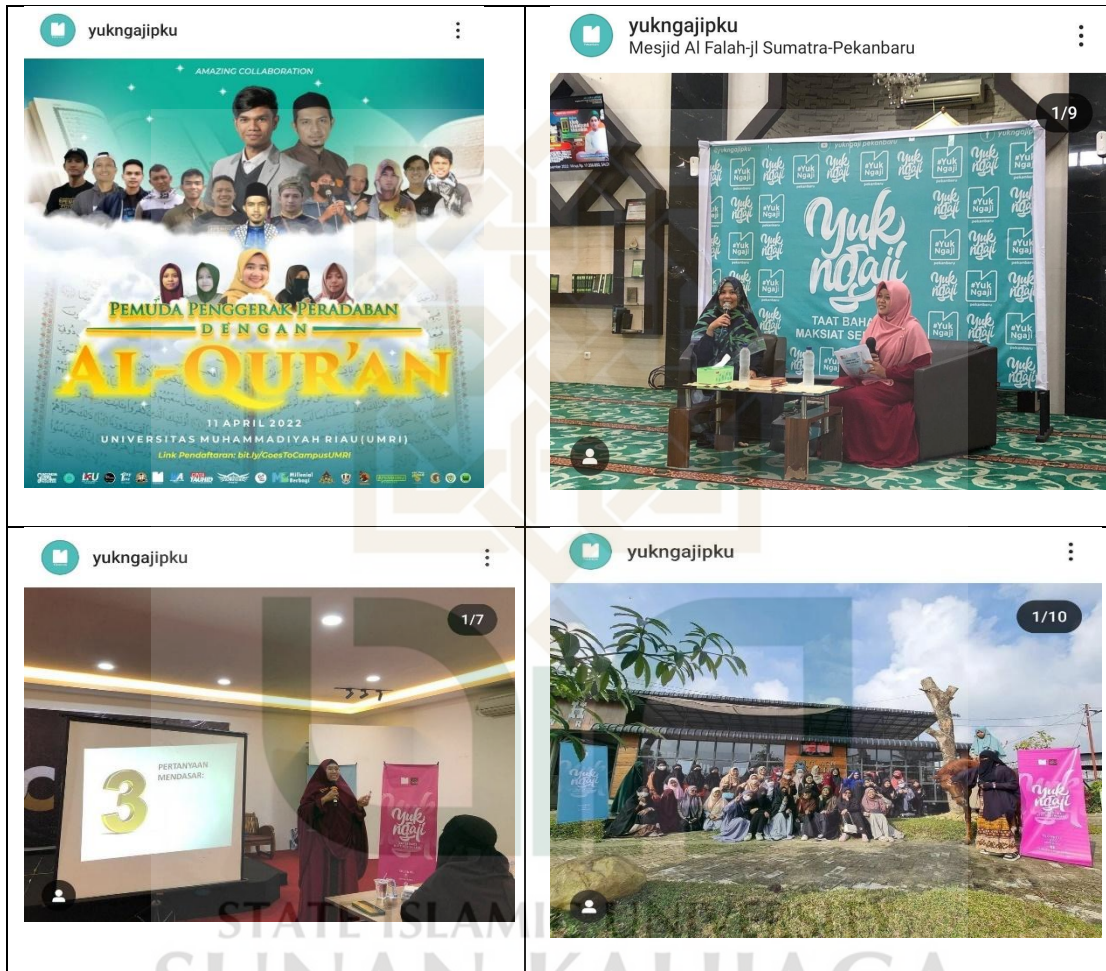
Beberapa contoh konten akun yukngaji yang tidak mengganggu SARA ;



Sumber : Dokumentasi Peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 11
Konten aktivitas harian tidak mengandung SARA dalam akun @yukngajipku
Sumber : Dokumentasi Peneliti



Selain itu dalam kajian kelas KEY penyampaian materi yang tidak didasarkan pada sumber utama menyebabkan kesalahpahaman yang vital dalam beberapa konteks tertentu. Sehingga pengambilan sumber melalui perantara ustaz tidaklah selalu benar dan salah, alangkah baiknya memverifikasi validasi tentang teks-teks dakwah apakah benar ataukah mengalami perubahan. Karenanya ajaran agama selalu berubah dan bukan sebagai wacana tradisi dari sejak dulu kala. Hal ini disebabkan adanya

perkembangan arus teknologi dan arus globalisasi yang semakin universal sebagaimana yang terjadi realitasnya saat ini. Yukngaji merupakan platform komunitas dakwah yang mengajak kebaikan secara benar dan searah lurus dengan tujuan akhirat.



BAB V

KESIMPULAN

Pada penelitian ini ditemukan bahwa komunikasi visual ajaran Islam dalam mempromosikan perdamaian pada Milenial Yogyakarta dan Pekanbaru melalui Akun Instagram @yukngajijogja dan @yukngajipekanbaru terbagi menjadi beberapa hal, seperti penggunaan warna yang dinamis. Telah disebutkan dalam temuan penelitian warna yang dinamis berdasarkan wawancara yaitu warna retro yang mereka sebutkan tidak menjelaskan spesifikasi yang dimaksud seperti apa. Misalnya warna-warna nude seperti warna bumi/ *earth tone* yaitu *cream*, coklat, putih, dan seterusnya. Namun dalam wawancara yukngaji Jogja sedikit menjelaskan arah retro ke vintage.

Bagian kedua visualisasi aktivitas pembelajaran agama, seperti yang telah dianalisis dalam penelitian ini yaitu aktivitas penyampaian ajaran agama oleh komunitas tersebut melalui media sosial terbagi menjadi beberapa hal. Seperti aktivitas dokumentasi acara kajian agama, suasana belajar bareng, suasana kumpul atau diskusi bersama, suasana nongkrong sambil ngaji, suasana bermain musik dan suasana lainnya.

Adapun yang terahir berkaitan dengan penggunaan kosa kata yang mengandung SARA, seperti Segala bentuk konten dakwah yang diupload dalam platform sosial media kedua akun tersebut mengaskan supaya fokus terhadap trend anak muda, tidak terlalu religi, tidak terlalu keras. Titik pembuatan konten yang diinginkan seperti ini melalui beragam koreksi sampai kemudian di upload. Minat kajian yang digapai oleh para anak muda adalah

hal-hal yang menyentuh secara duniawi semacam jodoh, hijrah, fashion, dan sebagainya. Hal ini menunjukkan strategi marketing dengan niche yang tepat, meskipun visualisasi konten tidak rapi dan konsisten serta rutin untuk dilakukan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiloglu, Fatos. 2011. "Visual Communication: Design Studio Education through Working the Process." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 28: 982–91.
- Aguilera, Earl. 2022. "Defining Digital Literacy." *Digital Literacies and Interactive Media*: 17–44.
- Al-Attas, S.M.N. 1995. "Prolegomena to the Metaphysics of Islam." In *Kuala Lumpur : International Institute of Islamic Thought and Civilization (ISTAC)*,.
- . 2001. "Risalah Untuk Kaum Muslimin."
- . 2019. "Islam: Faham Agama Dan Asas Akhlak." In *Kuala Lumpur: Ta'dib International*.,.
- Arafat, Ahmad Tajuddin. 2017. "Etika Perdamaian Islam Dalam Wacana Global." *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 5(1).
- Cresswell, J. 2012. *Educational Research: Planning, Conducting and Evaluating Qualitative and Quantitative Research*. 4th ed. Boston: Pearson Education Inc.
- Deslinda, Gadis, Ernawati Ernawati, and Intan Wahyu Istiqomah. 2021. "Makna Perdamaian Dari Sudut Pandang Perempuan Generasi Z." *BUANA GENDER : Jurnal Studi Gender dan Anak* 4(2).
- Dickey, Irene J., and William F. Lewis. 2010. *Handbook of Research on Digital Media and Advertising: User Generated Content Consumption An Overview*

of Digital Media and Advertising.

Engelkamp, Stephan, Kristina Roepstorff, and Alexander Spencer. 2020.

“Visualizing Peace – The State of the Art.” *Peace & Change* 45(1): 5–27.

Haji Abd Wahab, Mastura, and Wan Mohd Fazrul Azdi Wan Razali. 2021.

“Konsep Agama, Islam, Ilmu Dan Akhlak Oleh Syed Muhammad Naquib Al-Attas Dalam Islam: Faham Agama Dan Asas Akhlak.” *Ulum Islamiyyah* 33(2): 145–54.

Horst, H. 2017. *Refiguring Techniques in Digital Visual Research*. eds. Edgar

Gómez Cruz, Shanti Sumartojo, and Sarah Pink. Cham: Springer International Publishing.

Kaur-Gill, Satveer, and Mohan Jyoti Dutta. 2017. “Digital Ethnography.” In *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*, , 1–10.

Kozinet, R.V. 2009. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. 1st ed. London: SAGE Publications Ltd.

Kwok, Vincent-Fungyan. 2019. “Using Visual Media in Preaching Will Increase the Effectiveness of Communicating the Biblical Truth and the Relevant Applications - ProQuest.” Biola University.

Markus Meran. 2019. “Perdamaian Dalam Prspektif Katolik Dan Islam.” *JURNAL*

JUMPA Vol. VII VII(2): 73–91.

<https://ojs.stkyakobus.ac.id/index.php/JUMPA/article/view/75/76>.

Mustofa, Imam. 2011. “DERADIKALISASI AJARAN AGAMA: URGENSI,

PROBLEM DAN SOLUSINYA.” *AKADEMIKA: Jurnal Pemikiran Islam*

16(2): 247–64.

Natution, Harun. 1985. *Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspeknya*. Cet Ke-5. Jakarta: UI-Press.

Nur, Hidayat. 2017. “Nilai-Nilai Islam Tentang Perdamaian (Kajian Antara Teori Dan Praktek).” *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama Nilai-nilai Ajaran* 17(1): 15–24.

Nusa, Lukman et al. 2021. *Milenial Dan Cyber Religion*. Yogyakarta: Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.

Pink, Sarah. 2007. *Doing Sensory Ethnography*.

Postill, John, and Sarah Pink. 2012. “Social Media Ethnography: The Digital Researcher in a Messy Web.” *Media International Australia* (145): 123–34.

Putri, DN, and AR Hairunnisa. 2020. “Efektivitas Penggunaan Komunikasi Visual Dalam Penerapan Kawasan Tanpa Rokok (KTR) Di RSUD IA MOEIS Kota Samarinda.” 2020(3): 68–82.

Schmidt, Leonie. 2021. “Aesthetics of Authority: ‘Islam Nusantara’ and Islamic ‘Radicalism’ in Indonesian Film and Social Media.” <https://doi.org/10.1080/0048721X.2020.1868387> 51(2): 237–58.

Shieddieqy, M Hasbi ash. 1982. *Sejarah Dan Pengantar Ilmu Al Qur’an*,. Jakarta: Bulan Bintang.

Shihab, Alwi. 2004. *Membedah Islam Di Barat, Menepis Tudingan Meluruskan Kesalahpahaman*,. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sodikin, R. Abuy. 2003. “Konsep Agama Dan Islam.” *Alqalam* 20(97): 1.

Wardani, Winny Gunarti Widya, and Ahmad Faiz Muntazori. 2019. "Islamic Memes as Media of Da'wah for Millennials Generations: Analysis of Visual Language On Islamic Memes With Illustration Style." *Cultural Syndrome* 1(1): 61–78.

Weng, Hew Wai. 2018. "Social Media and Islamic Preaching in Malaysia and Indonesia." In *Mediatized Religion in Asia: Studies on Digital Media and Religion*, Routledge.

Yuliastanti, A. 2011. *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*. Jakarta: Erlangga.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN
TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN KAK NURUL

R : Selamat sore kak Nurul, Nurul kenalan dulu, Usia nya berapa?

N : usia nya kelahiran 91 kak, hitung sendiri ya kak heheh

R : oke, benar berarti tebakan nya, 17 tahun. Rul, mba rika kan lagi mengamati komunikasi visual dakwah di akun Yuk Ngaji PKU, kan itu lumayan aktif ya membuat konten-konten nya dan menarik gitu. Nah ini coba nurul ceritakan dulu awalnya bergabung dengan Yuk Ngaji PKU itu gimana rul ?

N : jadi sebenarnya panjang ceritanya ni, jadi dulu pas jaman Covid itu kan nurul ikut xqweaver yang Nurul ceritakan tadi. Nah ternyata xqweaver itu, salah satu ustadz nya dari Yuk Ngaji , nah k-weaver itu salah satu turunan dari Yuk Ngaji untuk merangkul teman-teman k-popers dan k-drama lover di masa covid. Nah nurul tu masuk situ dulu awalnya. Biasanya setiap malam senin kita hangout virtual untuk kelompok kelompok kita yang kecilnya.

R : Berapa orang biasanya satu kelompok?

N : Hampir sebelas an lah, cuman yang full ngaji nga itu kan di malam sabtu sama malam minggu kalau engga salah, pokonya itu online juga. Yang satu hari itu ngajinya yang besoknya itu untuk remind lagi tapi ada tanya jawabnya.

R : itu hangout nya apakai apa?

N : Zoom juga

R : ada berapa orang?

N : ya 11 orang itu, tapi didampingin sama ada kak mal, itu kaya koordinator per masing-masing kelompok.

R : sebutannya apa?

N : kalau kak mal si kakak aja. Mungkin ada sebutannya tapi Nurul engga ingat. Cuman karena orang-orang di kumpulan nurul itu udah gede udah kerja kan, kalo yang di lain-lain itu kan tim nya ada anak SMA, kuliah kan, jadi kalau ngobrol

itu nyambung kan, sudah bicara kenapa suka korea segala macam sekarang kenapa suka ngaji segala macam disinggung dan itu kan dari berbagai tempat, ada yang dari jawa, bali. Pas nurul ke bali meskipun engga pernah ketemu offline pas ketemu tu langsung akrab gitu, sama temen nurul juga yang di rengat. Akrab nya karena hangout itu di zoom

R : karena dia ngaji di zoom itu ya? Setiap minggu kalian ketemu. Apa saja yang dibahas?

N : dia kalau yang untuk di di forum besar nya ada kajian uqdatul qubra itu untuk mengetahui dari mana kita berasal, dari mana kita diciptakan dan akan kemana kita. Nah itu kajian awalnya nanti masuk ke sesi aqidah, lalu masuk ke sesi hijrah gitu. Cuman kalau gak salah itu dulu kita cuman sampai di sesi awal aja aqidah aja. Kalo hijrah itu sesi dua atau berapa ya nurul engga tahu masuk atau engga. Yang di hangout di jairngan kecil itu lah kita rutin, walaupun kuta udah habis pembahasannya, kita tetap lanjut rutin. Cuman karena kesibukan kerja tadi jadi jarang tapi tetap masih kontak-kontakan

R : punya grup wa?

N : iya, kan kalau anak-anak yang lain itu kan karena sekarang jamannya telegram nah mereka di telegram, bahkan sampai sekarang masih aktif. Cuman kalau kami ini kan gabisa kan jadi cuman di WA. Kalau ketemu tu padahal tidak pernah tapi berasa saudara. Nah dari situlah tau jaringan Yuk Ngaji akhirnya nurul ikut juga. Waktu itu kelasnya kingsifrun tentang sejarahnya, terus Yuk Ngaji secara nasionalnya. Nah nurul ngerasa kayanya kalau online terus tu kurang, pengen juga lah yang offline. Karena nurul ngaji juga yang di jogja ada murobi nya, nah sekarang dia pindah ke austriali jadi ngaji nya online juga.

R : murobi ini artinya apa rul?

N: orang yang jadi mentor

R : itu bahasa arab kah?

N : iya,

R : diambil dari kata apa?

N : duh nurul engga tahu juga, nanti nurul cari tahu ya yang jelas kaya mentor. Jadi murobi nurul itu sekarang lagi di australi jadi online ngaji nya. Nah jadi semua ngaji nurul tu di online. Pengen dapet temen ya bisa offline gitu. Nah pas ada event. Event ustadz husein dan ustadz cahyo mereka itu dari Yuk Ngaji bogor datang ke riau ke pekanbaru. Jadi nurul datang sama temen nurul. Sebenarnya beliau datang itu cuman sapa-sapa aja silahturahmi gitu lah. Tapi hasil dari sapa-sapa itu tuh ada kertas bersedia tidak untuk gabung bersama Yuk Ngaji segala macam. Namanya ada kelas eksekutif buat ngaji. Akhirnya nurul tertarik dan nurul daftar. Kelas eksekutif key namanya. Kita belajar setiap minggu secara offline

R : berarti yang menginisiasi awalnya tuh mereka ya?

N : iya, di Yuk Ngaji key itu kalau nurul kemarin ikut yang batch 2, pas angkatan nurul tu ada hampir 40 an lah. Di key itu akhirnya sampai ramadhan setiap minggu jam 1 sampai jam 16.30.

R : wah lama ya, giliran itu yang ngisi?

N : giliran, ya kajian nya sebenarnya mirip yang di xk-weaver itu, cuman bedanya kalau di xk-weaver itu kan dihubungkan dengan korea, kalau ini kan lebih general. Sampai akahirnya itu kan selesai. Tapi kan kalau selesai gitu aja kan sayang jadi ditanyain lagi selalu ditanyain mau lanjut engga kalau kami nyebutnya sebagai karyawan, sebagai karyawan Yuk Ngaji ?

R: kenapa disebutnya sebagai karyawan Yuk Ngaji ?

N : karena maksudnya biar kamu tuh karyawan nya Allah buat sharing dakwah, dan tidak dibayar ya, disini memang tidak dibayar. Kalaupun ada biaya yang masuk buat bayar, misalnya kan kalau di key itu ada bayar 100 ribu, nah itu sebenarnya pyur untuk makan peserta.

R : setelah kegiatan ada laporan tidak?

N : laporannya ke uma nya. Biasanya kalau ada sisanya untuk perlengkapan kita. Untuk kas kita. Nah terus disampaikan ini tidak dibayar, nanti waktunya untuk ini, bersedia tidak, siap tidak. Waktunya kapan aja yang free, kita kan mau sharing

sama orang jadi kitanya juga harus ngaji karena pada kerja jadi waktunya sabtu sore lah, atau di korner nya hari minggu.

R : kornernya apa? Ditempat yang sama atau tidak?

N : ada salah satu kegiatan nyamanya korner, dan tempatnya beda-beda. Kadang kalau panahan kita ke rumbai, kalo misalnya cuman kaya makan-makan bekal di taman pelangi beda-beda.

R : oh berarti nama space nya itu dinamakan korner

N : iya, tapi misal kita makan-makan nih ngerujuk, tapi sebelum itu kita ngaji, dikasih dulu dakwahnya baru main panahan misalnya. Nurul belum sempet ikut korner karena kadang waktunya barengan dengan key, karena nurul kepanitian di key.

R : Key ini masih dengan xkweaver gak? Atau Yuk Ngaji ?

N : engga, ini yang dari Yuk Ngaji . Ini itu kelas yang diadakan setiap minggu, ada koordinatornya kak uma dan ganti gantian. Nah korner itu ngaji kaya besok. Uma itu koordinator sepekanbaru.

R : bedanya key sama korner itu apa?

N : jadi kalau key itu belajar dasar dulu, baru kalau sudah lulus key boleh ikut korner. Tapi sebenarnya engga ikut key mau langsung ikut korner pun engga masalah.

R : mungkin yang dari key ini lah yang akan jadi karyawan itu ya?

N : iya,

R : karena dia harus kuat dulu basic nya, sebelum nanti dia bantu nyebarin

N : jadi habis dari itu ya ditanyain mau ikuta tau tidak. Yaudah nurul ikut, karena nurul masih sendiri dan biar bermanfaat juga waktunya. Dan uma itu selalu gini, misal ada kepanitian di hari minggu tapi nurul engga bisa, jadi nurul cuman tinggal cari teman untuk gantiin nurul atau izin itu boleh, jadi masih sangat fleksibel kan.

R : Nah terus akhirnya yang menentukan siapa yang buat akun. Siapa yang pegang akun itu siapa?

N : nah akun itu yang upload segala macam itu udah ada koordinatornya. Uma dan angkatan atas yang tahu. Cuman kalau setiap kegiatan kita itu pasti selalu ada PJ media nya. Nah misalnya waktu itu nurul ada di divisi ini nih, ini nurul yang buat

R : berarti kamu punya akunnya?

N : engga, nurul yang buat nanti nurul serahin, mereka yang upload di sini sama di story. Jadi ketika kita daftar jadi karyawan itu kita ditanyain, kemampuan kamu dimana yang bisa kamu sumbangkan. Jadi misalnya saya bisa nya masak-masak yaudah nanti bagian masak-masak. Saya bisa mc sama ini, gitu. Tapi tetap pertanyaan akhirnya bersedia tidak ditempatkan dimana-mana gitu kan. Di kepanitiaan yang mana mana. Nurul akhirnya di media. Tapi biasanya key di media. Tapi karena ini tidak ada yang dikonsumsi, akhirnya nurul di konsumsi. Jadi nurul ini bingung konsumsi ngapain ini dia.

R : Pas pegang media rul, ada aturan-aturannya engga? Misalnya warnanya harus apa

N : biasanya itu kaya logo harus tampil. Karena uma ini dia tidak terlalu paham media jadi teman-temanlah yang ini. Tapi ada kak febrina yang ngasih saran, misal ada request dari peserta yang muka jangan dilihatin atau sponsornya logonya harus dibesarin. Terus kemarin itu ada masukan pas kita lagi diskusi. Ini templating nya masih kacau, cuman akhirnya dibenerin sama ada temen sih.

R : oh dibuatin template agar semuanya seragam gitu?

N : iya, tapi engga semua juga

R : ada warna harus apa engga?

N : oh kalau yang key nya itu memang harus pink

R : kenapa harus pink?

N : memang logonya pink

R ; ada engga artinya pink itu apa?

N : ada setahu nurul, tapi nurul engga tahu. Terus mereka itu kalau di yang Yuk Ngaji akhwat itu koordinasi sama sister support sister. Dia join sama sister

support sister semacam komunitas yang perempuan yang connect sama Yuk Ngaji akwat karena satu koordinasi sama uma juga.

R : kenapa harus konek ke dia?

N : itu engga tau si, sama uma

N : kalau Yuk Ngaji itu biru putih, makanya dia selalu logonya itu tiga. Ini kan logonya tiga kak

R : terus yang sister support sister itu warna nya apa?

N: coklat putih

R : terus ada kaya font tulisan tuh harus apa gitu gak?

N : enggak si sejauh ini, cuman paling mereka si cuman minta ditegaskan atau ditebalkan. Ada si kak febri kemarin mengomentari tentang itu.

R : terus perlu ditambah ilustrasi-ilustrasi gitu engga rul?

N : kalau yang itu biasanya lah lebih jago yg bagian ikhwan. Kayanya kakak nanti wawancara aja sama mba febri. Karena di yang di key bagian atas. Kita ini kaya anak magang. Dia kan yang megang akun udah lama.

N : nah ini nih kegiatan yang cowo ni, camping tipis-tipis, tapi nanti mereka ngaji tuh disitu. Dan mereka itu narik bayaran itu engga mahal-mahal. Nanti tiba-tiba ada aja sponsornya

R : Tapi kalau ada sponsor itu dilaporn engga?

N : dilaporin, kaya misalnya kami akna ngaji ada dari rote kan, dapet kok kue kue nya.

R: jadi sebenarnya ini ya kalau di konsumsi jadi saving ya rul

N : Iya, terus kemarin juga ada dari wardah yang bantuin

R : setelah ada kajian yang key itu, online nya ada engga?

N : online nya engga, online nya kan dulu zaman covid.

R : tapi kalau di grup wa masih sering dikirimin rekaman kajian atau video apa gitu engga ?

N : engga si, lebih ke langsung aja, misalkan ada kegiatan hari minggu yaudah langsung. Cuman karena kita udah saling kenal kan ngumpul yuk, nanti ngobrol-ngobrol

R : panggilan uma itu asal muasal nya dari mana?

N : dari awal memang manggilnya uma

R : uma itu ibu kan ya

N : iya, anaknya juga manggilnya uma, nah mereka itu juga mislanya adayang terbaru, misalnya ini kan ada barbie. Hay barbie. Kita ganti assalamualikum barbie, konten nya gitu. Dakwah nya itu didekatkan kesitu. Selalu si konten nya di acc uma dulu baru di post

R : konten seperti apa yang tidak di acc uma?

N : sejauh ini si masih oke oke aja, tapi misalnya konten yang terlalu sedih atau apa terlalu apa gitu, gantiin musiknya, supaya tidak terlalu religi

R : kenapa tidak boleh pakai musik yang sedih?

N : supaya lebih dekat dengan anak muda si. Supaya menyenangkan.

R : terus kalau tampilan visual yang tidak di acc yang sperti apa?

N : sejauh ini si tidak ada, paling logo nya yang kurang besar, posisi nya gitu. Kemarin kak febrisi yang komentar kita harus konsisten ya kalau mau landscape ya landscape, portrait ya potrait gitu nanti tampilannya engga bagus.

R : harus preposisi ya

N : karena kan kadang ada yang sudha lama jadi tim media kan ada yang baru juga, jadi kadang tidak sesuai.

R : berapa orang boleh nyumbang konten di media?

N : kalau yang media si selama yang ditunjuk uma selama kegiatan, nah kalau yang di korner si dari kak indri, yang di key itu di tunjuk kak uma. Itu sih orang-orang nya yang di media.

R : kalian bisa engga ketemu sama uma selain di acara acaraitu?

N : Bisa, cuman waktunya kita aja yang bisa atau engga.

R : rumahnya disekitar ini atau tidak?

N : disekitar sini juga, kalau engga salah di hangtuah ujuang atau mana gitu

R : terus kalau misal ke uma mau curhat langsung itu boleh engga?

N : boleh

R : selama dia ada ya, pernah tidak datang langsung ke rumah uma?

N : nurul belum sih, anak anak muda palingan

R : ada engga sanksi atau punishment di dalam ruang itu? kalau misalkan ngaji tapi kita gak ikut ngaji gitu?

N : selama ini si engga ada ya kak, engga ada paksaan ya, cuman kita minder sendiri si kok kita gak datang-datang. Kan ada foto-foto nya, nurul ngerasa wah seru sekali lah orang ketemuan. Nyeselnya disitu kalau tidak ikut. Karena kita kan ngaji udah salaing kenal kak, jadi setelah ngaji tu ada diskusi lagi kan kak, kalau tidak ikut merasa ketinggalan kaya fomo

R : terus ada tidak yang ikut ngaji terus tiba tiba dia engga ikut ngaji lagi ?

N : enggak tahu si kak, kalau di kelompok nurul masih ada, cuman kalau dia tidak lanjut yang di karyawan lagi mungkin dia datang di korner nya aja, nah dia itu aktif engga lihat di grup sama di ig. Cuman mungkin ada yang pindah. Kalau info sama nurul mungkin masih kurang karena masih anak magang

R : nah kalau ngaji ngaji ini kan kita banyak keyakinan ya, gimana caranya kalau konten-konten kita tu tidak mengundang konflik agamana tapi juga menyebarkan damai, ada engga yang pernah dijadikan catatan?

N : ada mungkin kemarin, tapi ntah nurul yang ke skip atau gimana, cuman memang kemarin ada yang waktu bagian, ada yang nurul skip jadi kemarin ada yang dipotong karena gara gara kita tuh jangan mau duhuha karena harta doang. Cuman kemarin itu nurul bilang jangan solat dhuha karena mau harta nah itu dipotong karena itu kan masih amalan sunah jadi gausah setegang itu lah.

R : emang kalau kajian yang penting-penting itu gimana contohnya?

N : maksudnya orang yang wajib aja belum dilaksanakan, kita kok sudah sampai yang itu, takutnya kan orang mundur duluan. Karena bisa jadi kan dia masih tahapan belajar tapi kita udh ke arah sunah nya nah yang wajib aja. Itu kami yang

ambil keputusan bukan uma, uma malah tidak melihat itu. jadi waktu itu kan temen nurul denger video, nurul cut.

R : berarti sangat menjaga ya. Berarti sudah paham bahwa kadang ada konten-konten yang bisa menimbulkan pro dan kontra atau bisa nge efek ke minat nya orang.

R : udah berapa lama bergelut di media ini?

N : kalau nurul belum lama, baru dua bulan. Sebelumnya kan nurul masih ngaji di key

R : berapa lama di key itu?

N : di key itu 8 pertemuan, berarti 2 bulan

R : setelah lulus itu baru mulai ya? Key itu ada berapa batch?

N : iya, ini udah batch ke tiga, nanti akan ada batch ke 4

R : dana nya bener-bener sukarelawan ya? Kalau ada dana dana sisa bagaimana?

N : nah itu engga tau

R : tidak dilaporkan kah?

N : engga, yang tahu kan hanya uma dan tim tim atas, kami tidak ada diminta kas. Untuk sisa event yang tau kan tim kak febri

R : engga pernah diceritakan? Nah kalau di masjid di jogokaryan itu mereka selalu bilang. Jadi di hari jumat itu mereka tidak boleh menyisakan kas direkening itu harus dihabiskan. Jadi misal di hari jumat itu dapat 100 juta, jadi dalam waktu satu minggu itu mereka akan habiskan uang 100 juta itu. jadi slelau rekeningnya itu 0, makanya orang-orang selalu suka mensponsori kegiatannya masjid jogokaryan karena selalu dilaporkan secara transparan. Nah dulu kan jogokaryan itu kan dari ustadz salim kan terus terkoneksi dengan hanan attaki kaya gitu, walaupun si pengelola masjid itu orang muhammadiyah. Itu juga swadaya, jadi mereka bikin peta peta disekitar masjid mana yang membutuhkan, mana yang sudah haji dna lainnya. Jadi dana dari masjid juga mereka bagikan ke masyarakat sekitar yang membutuhkan untuk pemberdayaan masyarakat sekitar itu. terus

masalah nya apa kenapa mereka jarang ke masjid oh ternyata karena jadi buruh, jadi mereka sediakan beras di masjid supaya masyarakatnya mau ke masjid. Itu lah yang buat kalau buka bersama itu ramai banget. Saya mau ikut engga kebagian, mau masuk ke jalan jogokaryan aja engga bisa. Sekarang dia sering bikin bazar umkm.

N : Nurul juga kadang ikut yang sedekah subuhnya. Mungkin yang tau laporannya hanya tim atas kali ya kak

R : nah kalo itu tuh sampai jamaah yang musafir numpang solat jumat aja sampai tahu

R : disini juga ada ketentuan pakaian tidak si rul?

N : tidak, tidak ada aturan.

R : uma nya bercadar tidak?

N: tidak, tapi memang panjang

R : berarti sebelum-sebelumnya itu Yuk Ngaji PKU itu sudah ada ya?

N: iya memang sudah ada, cumamn dulu mungkin ustadz nya berbeda-beda. Nurul tidak pernah ikut korner yang ada ustadz nya karena jadwal nya bentrok. Baru aja wisud key nya

R : berapa yang wisuda rul?

N : kalau kemarin paling 10 yang angkatan batch 2 nya 40.

R : berarti ini besok yang kepanitian dari key aja banyak ya rul?

N : iya, ini disampaikan ni grup siapa yang jadi panitianya

R : pendaftaran untuk besok udah berapa banyak rul?

N : enggak dibuka pendaftaran , siapa pun yang dateng besok boleh ikut, terbuka. Ada mc, tilawah, divisi acara, dokumentasi, sama konsumsi. Kalau disini karyawannya berarti masih 41

R : tapi yang bertugas tidak semuanya kan?

N : tidak

R : pernah tidak disamperin komunitas lain?

N : sister support sister itulah, tapi orang nya juga dari Yuk Ngaji .

R : kalau yang bogor siapa? Ustadz felix shio ya?

N : ustadz husein yang ketua nya. Felix shio termasuk pembinanya lah. Kalau yang di youtube-youtube itu bilang ustadz husein yang paling banyak uangnya.

R : oh, kerjanya apa ?

N : dia pengusaha, dari cara bahasanya dosen.

R : usaha dia pasti, kalau dosen aja mana ada duitnya, tanya kaprodi kita.

R: husein siapa namanya?

N : nih, anaknya beliau pintar banget si kak.

R : husein asadi

N : nah kalau yang dari Yuk Ngaji itu kan sering bikin konten receh tapi mengandung makna, nah yang ikhwan nya itu sering buat kajian kadang malam minggu bikin live ig, lumayan yang nonton. Karena kan di Yuk Ngaji bogor kan kaya gitu kan, yang dimongi itu receh-receh mengomentari hal hal sekarang tapi ya disangkut-sangkutin

R : terimakasih banyak nurul sudah membantu.

TRANSKRIP WAWANCARA USTADZAH MARIAM

R: Apakah ada warna khusus yang digunakan untuk identitas kelompok kajian?

UM : Makasih ya kak atas pertanyaanya, jadi kalau pertanyaanya Yuk Ngaji Pekanbaru itu ada yang toska ada yang pink, seakan-akan yang toska punya ikhwat yang pink punya akhwat. sebenarnya tidak pernah ada peresmian oh yang pink punya akhwat yang toska punya ikhwat, sebenarnya tidak ada deklarasi seperti itu akhwat terkadang juga pakai toska, yang ikhwat pakai pink juga tidak ada masalah gitu kan, karena saya pernah baca juga pink itu warna laki-laki, sejarahnya pink itu warna laki laki sedangkan biru untuk perempuan tapi hari ini dunia memang terbalik-balik jadi pink seakan-akan punya perempuan , toska punya laki-laki. Nah kalo untuk warna sebenarnya pemilihan regional aja si kak. Nanti kalau kakak lihat regional lain warna nya engga itu kok. Misalnya Yuk NgajiId, kalau pusat kan Yuk NgajiId itu mereka warna nya putih tulisannya hitam. Jadi memang seperti kebijakan koordinator saja, jadi setiap regional mereka memiliki ciri khas. Jadi ketika itu tahu oh ini warna Pekan baru nih, ini warna jogja nih. Saya memahaminya begitu si kak untuk soal warna. Manatahu saya salah memahaminya. Saya memahaminya itu warna khasnya Pekanbaru, jadi diferensiasi antara berbagai regional. Ada juga kok regional yang warnanya misalnya warna oren jadi beda. Tapi memang banyak juga yang saya rasa kalau tidak salah Yuk NgajiPekanbaru yang warnanya toska, atau saya salah ya, boleh dicek ada warna regional lain yang warna toska.

R : Jadi diferensiasi saja ya biar tahu warna ini itu dari Pekanbaru

UM: Karena regionalnya kan banyak kak se Indonesia, hampir 40 regional. Jadi kita kalau mau ngumpul biar tidak bingung warnanya. Gitu sih kak

A : Tapi ada perjanjian?

UM : Engga ada,

A : Jadi kalau sudah ada warna yang dipakai ya sudah ya kita gak akan pakai lagi?

UM : iya, jadi kita usul, eh warna ini sudah dipakai ni. Anak muda ini kan kreatifitasnya muncul, ada eksistensi yang kita gamau sama deh sama yang itu. Jadi kita hanya diskusi eh warna ini sudah dipakai, warna ini belum. Jadi sense koordinator sebelumnya, saya merasa itu sense aja soal warna. Nah kalau besok mau berubah warna merah engga tosca lagi ya silahkan. Selama itu engga melanggar hukum SARA. Karena itu kan hanya diferensiasi dan Logo itu juga beda lo kak. Tulisan nya beda, kadang ada yang tulisan PKU nya dibawah, ada yang didalamnya hastag Yuk Ngajinya. Jadi tergantung sense koordinator nya aja si kak dan itu tidak disalahkan pusat. Artinya bahwa setiap orang boleh berkreaitivitas. Kalau ilmu komunikasi, itu lah cara kami berkomunikasi dengan orang-orang di regional masing-masing jika soal warna.

R: Untuk pemilihan font tulisan juga bebas?

UM : untuk font tulisan iya, jadi memang setiap regional itu ada kalau bahasa pemerintah si otonomi ya. Jadi mereka yang paling tahu karakter masyarakat tempat mereka dakwah. Enggak akan sama kak karakter Jogja sama Pekanbaru. Pekanbaru ini Sumatera loh keras. Sedangkan orang jawa itu kan, apalagi nih jogja kota pendidikan, kotanya pemuda. Mungkin di Jogja itu model dan cara dakwah nya lebih banyak dan lebih berkembang dibandingkan dengan Pekanbaru. Setiap regional itu punya sense cara nya sendiri karena mereka lebih tahu tabiat masyarakat dimana mereka tinggal. Misalnya di Jaksel, suka nongkrong ya kan, anak jaksel Yuk Ngajinya mungkin sambil nongkrong sambil ngaji.

A: tidak harus di masjid gitu ya

UM : tidak harus di masjid. Mungkin kak anak jogja ada masjid jogokaryan, ada komunitasnya jadi ke masjid. Jadi beda kak sesuai. Karena kita dakwah itu kan melihat masyarakat dimana kita hidup kan, ekstistensi dakwah itu begitu dan memang sebenarnya goal dari Yuk Ngajiini satu aja, anak muda itu kenal islam dan tertarik dengan islam. Karena selama ini anak muda itu engga kenal dan engga

tertarik belajarnya. Makanya Yuk Ngaji ini kan lebih fun dakwahnya, engga kaku, selama tidak melanggar hukum SARA.

R : Bagaimana caranya kita mengukur yang sudah kenal dan sudah tertarik kak?

UM: sebenarnya Yuk Ngaji ini kan komunitas kan kak, yang namanya komunitas itu tidak punya ikatan yang resmi kita melalui ikatan emosional. Ketika ikatan emosional itu tidak ada ya sudah makanya hal biasa di Yuk Ngaji itu ganti-ganti orang, ada yang *ghosting* itu biasa. Karena kita juga bukan kampus yang bisa memaksa. Kita hanya ini loh siapa lo yang mau membantu agamanya Allah, kita engga dibayar, bayarannya dari Allah. Makanya kalau dipekan baru saya membahasakannya karyawannya Allah gitu. Kita kerjanya secara profesional seperti perusahaan tapi bayarnya dari Allah, karena koordinatornya tidak dibayar. Jadi anak muda itu tersalurkan energi positifnya. Daripada mereka pacaran, berjudi, mabuk, main cewe. Lebih baik dia bantu agamanya Allah, bantu mikir konsep apa nih dakwah yang keren untuk anak muda. Jadi targetnya itu anak muda, kenal sama islam dan dia tertarik dengan islam. Kenapa harus anak muda? Karena anak mudalah agent of change nya, mereka estafetnya. Karena kalau orang tua diajak mereka sudah riweh dengan kehidupannya, energinya sudah habis. Makanya Yuk Ngaji itu visualisasinya dakwah yang menyenangkan, tapi meskipun menyenangkan kita tetap sampaikan ketegasan gitu loh, halal ya halal, haram ya haram. Karena kan ada yang malu malu nih menyampaikan. Kita gak takut kok kehilangan karena kita percaya islam itu keren, pasti orang akan tertarik dengan islam. Tinggal mengemas packaging nya aja yang kita pikirkan, kita tidak pernah memikirkan content, kita memikirkan packaging nya gitu.

R: tadi menarik tu, ada konsep karyawannya Allah, kan orang kalau membayangkan konsep karyawan kan berbayar ya, sedangkan kita harus membuat kesadaran secara materi namanya juga manusia banyak yang secara fisik. Bagaimana akhirnya kita menerapkan konsep ini karyawannya Allah imbalannya

tu tidak dalam bentuk yang biasanya kita pahami dari karyawan. Apa yang membuat dia jadi mau gitu

UM : Jadi gini, di Yuk Ngaji ini gak ada paksaan, dan tidak jarang juga kita mengalami ke *ghosting* itu biasa di perusahaan yang dibayar aja bisa *ghosting* apalagi ini. Apa yang membuat mereka mau saya juga tidak tahu karena saya tidak pernah bertanya satu-satu sesuai isi hati. Tapi gini, kita tanya ke mereka siapa ni yang mau jadi pengurusnya yuk ngaji, apa tugasnya? tugasnya membantu memudahkan dakwah agama nya Allah. Jadi itu yang disampaikan. Karena kita bilang bahwa sederhanya kenapa mau gak dibayar. Saya sederhana aja, saya selalu ingat pesan “barangsiapa yang memudahkan urusan agama Allah maka Allah akan mempermudah urusannya” atau QS Muhammad ayat 7 “barangsiapa yang menolong agama Allah maka Allah akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu”, jadi saya merasa saya tu butuh. Tapi gimana cara saya itu menolong, memudahkan agama Allah sedangkan saya juga tidak punya apa-apa, jadi ketika ditawari mau gak bantu dakwahnya Yuk Ngaji untuk regional Pekanbaru jadi koordinatornya, sebenarnya saya koordinator karena suami saya koordinator. Jadi yang ditawari jadi koordinator itu sebenarnya suami saya, nah saya diajak untuk mengawal akhwat nya. Jadi kalau ditanya koordinator Yuk Ngaji Pekanbaru itu ya suami saya, saya hanya bayangannya. Nah saya gatau kenapa teman-teman itu mau, tapi saya merasa mereka juga merasakan adanya nikmat tersendiri untuk bantu agama Allah itu, walaupun tidak mereka dapatkan dalam bentuk harta. Karena saya juga mendapatkan sesuatu yang tidak bisa saya ungkapkan itu apa. Karena anak muda ini energi nya besar, dan mereka tidak tahu mau menyalurkannya kemana, makanya banyak remaja remaja yang terjunnya ke hal negatif, nah Yuk Ngaji itu menarik hal tersebut mau gak gak disalurkan. Jadi di Yuk Ngaji itu saya memetakan siapa yang ingin menjadi pengurus Yuk Ngaji, kita tidak pernah menolak orang, karena kita berpandangan bahwa semua orang itu baik semua orang berkesempatan untuk menjadi baik, kita gak mau tau background dia sebelumnya tu apa. Jadi selama dia mau ya ayuk. Masalah bisa atau tidak itu bisa

belajar. Karena ada orang yang bisa tapi tidak mau gitu. Nah ketika dia ingin jadi pengurus Yuk Ngaji kita akan tanya, kakak punya potensi apa, bisa apa? Oh saya bisa public speaking, saya bisa masak, saya bisa jaga anak bagus, oh berarti bisa di kids korner . Saya gabisa public speaking, saya gabisa apa apa tapi saya bisa ngajakin orang, saya kalo marketing itu jago, jadi besok yang berurusan untuk mendatangkan massa kakak. Jadi saya ketika orang mau itu saya akan petakkan dulu saya catat, the right man in the right place. Tapi saya tidak menutup kemungkinan. Saya selalu bilang seperti ini ‘dakwah ini meminta semuanya dari kita, jadi kita harus bisa semuanya’. Jadi darimana mereka mau ya mereka datang sendiri, mereka menawarkan dirinya. Kita hanya kasih tahu kita butuh ini kader kader terbaik, oh kami mau, silahkan.

R : Nah taunya dari mana tu

UM : Nah taunya, kalau awal tu. Kebetulan saya jadi koordinator yang akhwat itu sejak oktober tahun lalu, kalau suami saya memang sudah dari lama. Dulu ya dia *single* karena saya masih ngurusin komunitas sebelah. Hingga akhirnya setelah saya hamil dan melahirkan saya pikir ikut abi saja lah di yuk ngaji. Lalu saya bikin gran launching di oktober lalu. Padahal Yuk Ngajinya sudah ada, tapi saya bikin grand launching Yuk Ngaji akhwat Pekanbaru. Jadi saya *launching* in, saya buat acara itu kaya grand launching. Dari mana dana nya? Ya dari kita untuk kita. Jadi kalau kakak tanya darimana dana Yuk Ngajiya itu, karena kita gak punya dana, kita tidak punya donatur dan sponsor tetap. Dana kita dari para karyawan-karyawan Allah itu. jadi seperti saya dan teman-teman yang menginfakkan harta kami, karena kami yakin harta kami ini butuh dibersihkan kami gatau mau kami infakkan dimana, nah ini ada loh tempat dimana kami bisa mengikhfakan harta kami. Jadi dana kita itu dari kami, dari kita untuk kita. Hal biasa kok di Yuk Ngajiitu, misalnya kita ada agenda nih kita mau rujak party, siapa yang bawa ini, siapa yang bawa semangka, jadi infaq infaq semua deh. Yuk Ngajiitu tidak punya kas kak, kita zero money

R : Berarti hampir sama kaya masjid jogokaryan

A: tapi kan jogokaryan melimpah,

UM: Jadi kita tidak memungut kas dari semua karyawan, tidak ada kas mingguan, bulanan itu gak ada. Jadi ada acara ini loh kita butuhnya ini gitu, misalkan siapa yang mau menginfakkan hartanya. Kalau misalnya tidak ada udah mentok, pernah ni kita bikin acara story of life, kita datangkan ustad husein, sabil sama dari pusat itu transportasi mereka kita yang tanggung loh, itu darimana duitnya hampir 40 juta itu semua dari para karyawan Allah yang mendonasikan dan berkomitmen 500 ribu, lalu sisa nya bagaimana kami sebagai perusahaan menyebar proposal, mencari para orang-orang baik, saya punya relasi siapa ya dan dia nih orang kaya dan orang baik, saya akan bilang kak kami punya acara butuh uang segini kira-kira mau menyumbang berapa. Jadi dana nya itu per event. Pokoknya dapet aja entah siapa yang berinfaq.

R: Logo berdasarkan karakter dari setiap regional kan, kalau untuk Pekanbaru sebagai koordinator, kakak memahami karakternya bagaimana si, dan hingga visualnya harus bagaimana si begitu?

UM : sebenarnya kalau kakak lihat di IG Yuk Ngaji itu, karena dakwahnya digital kan, ya kamu menyadari memang dakwah di era ini itu kan digital kan. Mungkin IG nya Yuk Ngaji Pekanbaru tidak serapih IG IG regional lain secara visual, warna secara susunan, saya rasa itu benar-benar tidak rapih. Nah kenapa itu tidak atau belum dirapihkan karena setiap event kan ada tim dokumentasi tuh, ada tim komunikasi, nah tim itu tuh berbeda-beda isinya, jadi merek aitu buat dengan taste mereka, dan kita akan menerima hasil karya mereka dengan lapang dada, paling kita cuman bilang oh logo yang ini ketinggalan kak, coba yang ini kak. Untuk bagaimana gaya nya, gimana dia bungkus video itu, gimana bentuknya mau apa katanya mau kekmana transisinya itu terserah mereka. Karena kita percaya kak ketika kita pilih kita percaya dengan hasil karnyanya, paling kita poles poles. Nah begitulah cara saya menanamkan kepercayaan diri kepada semua tim saya. Jadi mereka tidak akan pernah merasakan hasil karya mereka itu jelek, cuman dipoles-poles aja sedikit. Kita akan menerima semuanya, kita gamau mengcut, karena saya

tahu, saya yakin mereka sudah butuh effort untuk mengerjakan itu tidak harus sesuai selera saya kalau mau saya ya harus bikin sendiri berarti. Makanya kesannya tidak rapih, karena tidak satu PJ dokumentasinya kak. Dan saya berharap semua orang bisa menjadi PJ nya. Karena kalau saya berharap pada satu PJ lalu PJ itu pergi dan berubah hatinya bagaimana kalau dia tidak disini lagi, atau dia pindah diluar kota terus nanti goyang dong kapalnya. Jadi saya ingin semua orang itu PJ, Semua orang bisa dokumentasi dengan pemetakan tadi

R: Berarti instagram itu difungsikan sebagai apa ?

UM : Instagram itu sebenarnya lebih ke syiar si, bahwa Yuk Ngaji ada loh di Pekanbaru, ini loh aktivitas kita ini loh agendanya kita dan ini loh hasil-hasil karya karyawan-karyawan Yuk Ngaji dari bikin video ala ala mereka dengan seni seni mereka, jadi tidak ada standar nya, ini untuk di Pekanbaru ya kak kami gakpernah buat standar durasinya harus segini, itu layout nya harus begini transisinya harus begini. Jadi kalau menurut saya itu ketika kita sudah percaya dengan orang itu kita sudah serahkan semuanya, dia pasti ingin mengeksplor.

R : Pengen ngejar engagement dari Instagramnya tidak?

UM : sebenarnya itu, itu kan kita cek kan, engagement berapa setiap kali bikin agenda setiap kali kita publish, itu iya. Tapi itu tidak nomor satu ya bagi Pekanbaru, karena menurut kita yang nomor satu itu niat dakwah, itu hanya media komunikasi aja kok. Karena bagus kita dakwah di media sosial nya tapi jamaah nya *online* semua, jadi kita tidak bisa petakkan. Karena di instagram kita tidak tahu daerah jamaahnya dari kota mana yang Pekanbaru itu yang mana. Jadi kalau untuk Pekanbaru, saya tidak tahu kalau regional lain itu memandangnya gimana kalau Pekanbaru memandang itu alat bantu promosi kami, dia penting, penting banget, tapi tidak menjadi fokus kami, karena kami pernah mendengar berita bahwa di regional regional lain itu mereka mengapresiasi Pekanbaru. Kenapa mereka apresiasi karena Yuk Ngaji Pekanbaru hebat ya agendanya terus jalan, nyata dakwahnya, dan nyata media sosialnya karena agenda nyata yang kami hadirkan. Karena kalau regional lain itu mereka dakwah nya itu isi konten, bukan

R : oh dakwah nya tu lebih ke konten-konten media sosial ya

UM : iya spesialisasinya di konten. Kalau di instagram kita itu justru kontennya minim banget isinya justru agenda kita , bahwa kita ada loh ditengah-tengah anak muda makanya regional lain itu pernah bilang kok bisa ya Pekanbaru itu dia istiqomah bikin agenda dan ada orangnya yang ikut, sedangkan kami kesulitan. Sehingga kami memilih dakwah nya konten

R : Oh jadi karena itu mereka jadi fokus dakwah nya ke konten

UM : Makanya kalau kakak mau bandingkan dari 40 regional itu, Pekanbaru yang minim banget kontennya, tapi lebih aktif.

R : berarti saling kenal ya antara koordinator regional ?

UM : kalau koordinator iya, karena kan pastilah sedikit banyak kita ketika komunikasi kan ih keren ya acaranya, itu gimana acaranya, kita kan atm juga yang sana lihat kita, yang kita lihat sana.

UM : saya rasa di jogja itu kan lebih aktif dan lebih banyak juga massanya

R: Tadi real masjid itu masuk ke dalam ini nya Yuk Ngajitidak? Beda ya?

UM : beda, itu komunitas sendiri dan mereka juga keren loh mereka sering kolab ke berbagai komunitas. Karena kenapa saya tahu ada real masjid karena saya pernah lihat instagram nya Yuk Ngajijogja itu dia kolab, dan tidak hanya dengan Yuk Ngajikan, mereka banyak kolab dengan berbagai komunitas.

R: Apa yang menjadi tantangan mengelola komunitas anak muda ini?

UM : sebenarnya tantangan nya si pasti ada ya, tidak mungkin tidak ada. Jadi kita itu kaya berpacu dengan gempuran arus liberal, sekuler dan hedon mereka, jadi gimana tantangannya nya, beradu cepat. Mereka ikut komunitas yang ketemunya seminggu sekali. Enam harinya mereka itu dengan gempuran ide ide di media sosial, ide liberal mereka, sekuler mereka, hedon mereka sehingga tantangannya disitu, makanya kita tu pengen komunitas-komunitas dakwah tu ramai sebenarnya. Tapi kan gak ramai, menurut orang ini sudah ramai tapi menurut kita ini tidak ramai, karena jumlah pemuda nya tidak segini loh. Ini 0,0% nya saja lah.

R: Berarti tahu ya jumlah pemuda Pekanbaru?

UM : angka nya tidak, cuman kan kalau bilang pemuda range nya itu kan dari umur baligh sampai 40 tahun dalam islam.

R: Alhamdulillah berarti masih muda

A: Menurut siapa itu tadi?

UM : Dalam islam itu energi anak muda sampai umur 40 tahun

A : kalau WHO sampai umur 60, Jadi 40 ke 50 itu apa?

UM : umur 40 ke 50 itu justru Allah mewanti-wanti suruh banyak-banyak ingat mati, ada list-list yang harus dipersiapkan saat memasuki umur kepala empat.

UM: tantangan nya ya anak muda saat ini dengan kehidupan fun fashion nya itu sehingga bagi kita saat ini ya mikirin konsep gimana supaya islam itu menarik, jadi kita mikir konsep apa lagi ya. karena kita orang itu mau masuk rumah itu kan menarik dulu baru mau masuk. Jadi kita itu mikir gimana dong ya supaya anak anak muda ini tertarik. Jadi kalau kornek kornek itu adanya di Pekanbaru kak gatau kalau di regional-regional lain. Itu khas nya dari Pekanbaru

R : oh kirain dari pusat

UM : oh engga, pusat juga tidak ada kornek kornek itu, itu cuman milik Pekanbaru.

R : jadi punya nya apa aja kalau Pekanbaru ?

UM: kornek kornek , kalau key semua regional punya

R: Key itu apa ?

UM : Kelas eksekutif Yuk Ngaji. Itu kaya belajar islam secara intensif terus dikelas, kaya belajar di kampus.

R: itu untuk umum?

UM : iy itu untuk umum dan itu berbayar karena ada fasilitas seperti kelas. Namun bayaran mereka juga tidak akan seimbang dengan apa yang mereka dapatkan. Itu hanya untuk biaya operasional mereka saja si. Kalau key itu semua regional punya tapi kalau kornek itu cuman Yuk Ngaji Pekanbaru yang punya.

R : Key itu makna nya apa? Apakah akan menjadi orang-orang yang nantinya akan diregenerasikan ?

UM : enggak, karena yang ikut key itu enggak mesti orang yang jadi karyawan juga. Jadi key itu kelas bebas, kelas umum. Terbuka aja. Kalau dia memang tertarik jadi karyawan ya silahkan enggak juga gapapa. Kita tidak ada paksaan, itu bukan secara rekrutmen. Itu kan enggak ada korner nya, layaknya kelas pada umumnya dia gabisa main main. Materinya itu nanti berkesinambungan dari pertemuan satu ke pertemuan selanjutnta begitu.

A : Tapi sering gonta ganti tidak kak? Misalkan ketika anak muda ini daftar, tapi nanti mengalami penurunan gak aktif lagi, atau selalu ada orang baru,

UM : itu sering, iya gatau dari mana nanti ada aja orang nya yang baru

A : tapi kalau yang tidak aktif dan tidak kembali ada banyak juga?

UM: kalau dibilang banyak engga juga, tapi ada. Makanya kita akan crosscheck setiap 6 bulan. Misalnya ada nih grup nya karyawan banyak nih grup nya 60 tapi kok yang datang itu itu aja cuman 20 25, nah ang 35 lagi kemana coba nah kita akan tanya kembali rekomitmennya. Ada kendala kah makanya tidak pernah hadir atau gimana atau apa yang bisa kami mudahkan atau sakit pula dia, atau dia sudah ada diluar kota atau saya suah punya kesibukan lain saya sudah tidak sempat lagi, nah itu ya sudah gapapa. Kita kan menanyakan komitmen nya kembali, kita kan tidak memaksa kan dia, kita kan tidak mengajak dia, dia yang mau sendiri.

R: setelah menjadi koordinator apa yang dirasakan dan didapatkan?

UM : kalau dapat secara materi fisik itu gak ada, jelas tidak ada. Tapi kalau dapat apa, saya merasa dapat amal jariyah, dan semoga dinilai sebagai amal jariyah. Kadang-kadang kan kepedean dapat amal jariyah ternyata di mata Allah sia-sia. Saya berharap saya dapat amal jariyah. Karena saya ingat. Ketika anak Adam itu mati maka semuanya terputus. Hanya tiga yang tidak, yaitu sedekah jariyahnya, doa dari anak yang sholih dan ilmu yang bermanfaatnya. Saya merasa saya bukan crazy rich, saya tidak punya harta, belum ada masjid yang saya bangun, belum ada rumah tahfidz yang saya dirikan. Saya belum tahu apakah anak saya itu akan

menjadi anak yang sholihah atau engga tapi saya punya kesempatan ini, ilmu yang bermanfaat. Ketika saya menyampaikan kebaikan didepan, baik itu di depan forum atau sekedar kakak-kakak pengurus gitu kan kebaikan apapun itu walai satu ayat, saya merasa mendapat kesempatan di point ketiga tadi, untuk ilmu yang bermanfaat tadi. Saya berharap akan bermanfaat dan saya berharap ya tadi beginilah cara saya merayu di hadapan Allah, agar Allah menolong saya dan memudahkan urusan saya.

R : Astagfirullah, pengen nangis jadinya

UM : Karena saya gak tahu lagi, kalau ditanya pengen tidak berhenti dari yuk ngaji, pengen lah kadang-kadang ketika sudah penat ya, itu manusiawi banget. Ya pasti dong capek, karena ada titik dimana seseorang itu ingin berhenti dari aktivitasnya. Kita ada jadi ibu rumah tangga kadang kita pengen udahlah gamau ngurus anak capek, apalagi ini disandingi dengan urusan komunitas, kita kan memikirkan orang, memetakan orang dan itu tidak ada hasil efek nya ke kita, malah kita rugi loh mengeluarkan pikiran, mengeluarkan uang gitu kan. Tapi saya merasa bodoh jika saya pergi dari sini. Kecuali saya udzur syar'i misalnya saya sudah tidak mampu lagi secara fisik, atau saya memang tidak diamanahi lagi, atau memang ada orang yang lebih amanah lebih dari saya. Itu kan diluar kuasa saya. Jadi saya merasa bahwa ini cara Allah untuk saya untuk mudahkan agama Allah. Jadi saya sudah dikasih kesempatan. Jadi kenapa saya harus pergi. Walau saya tau saya punya banyak kerugian materi disini. Pasti dong saya rugi, karena gak mungkin dong pemimpin itu nyuruh teman-temannya infaq sedangkan dia tidak mencontohkan. Bahkan ketika saya menyuruh tepat waktu maka sayalah orang pertama yang menepati. Sehingga ketika saya bilang dakwah ini merupakan kebutuhan, saya mengatakan bahwa saya memang butuh dakwah ini. Itu risiko jadi leader di hadapan Allah. Saya dapat sesuatu yang tidak dapat dijelaskan dengan kata yang tidak akan pernah bisa dibayar dengan apapun. Makanya saya bilang jadi pengurus Yuk Ngaji itu rugi, saya bilang. Misalkan ada undangan ke pertemuan koordinator-koordinator misalnya kan koordinator mau membahas apa gitu apa kendala nya di regional itu kan kita harus bayarin ongkos sendiri, enggak ada pusat bayarin ongkos

itu enggak ada. Pusat enggak pernah dong ngasih itu. saya rasa selama saya jadi koordinator sepeserpun kami tidak pernah dikasih. Karena memang pusat pun begitu, ya kami pun begitu. Saya tidak tahu komunitas lain itu gimana, saya juga tidak mau menduga-duga komunitas lain gimana. Tapi saya merasa komunitas Yuk Ngaji itu memang kalau mau cari amal itu ya disini lah , dapet uang kagak, ngeluarin uang iya. Dan berlomba-lomba lo ngeluarin uang nya. Saya juga merasa ih gak boleh kalah ni ngeluarin uang. Jadi saya rasa, Ya Allah dia saja yang saya tahu kondisi ekonomi nya dia sanggup ngorbanin uang nya, saya itu merasa ada rasa malu gitu sama Allah, berarti say aharus ngurangi jajan jadi untuk agama Allah ini lebih penting. Jadi itu si kak. Sesuatu yang tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata. Jadi kalau kakak tanya kak Nurul, dia juga enggak dapet apa-apa, dan tidak akan pernah dapet apa-apa. Jadi coba tanya kenapa dia mau ada disini. Saya enggak tau juga kenapa dia mau disini

A : karen itu culture yang dibiasakan disini,

UM : dari pusat juga habit nya begitu, tidak ada uang makan atau apa.

A : jadi yang ditekankan bahwa dakwah itu untuk Allah

R : Pernah tidak dari Pusat itu datang tapi kita enggak membiayain hotel ?

UM : Justru waktu mereka datang di acara kemarin yang story of life kita yang membiayain, kan mereka tamu. Seperti adab bagaimana mereka tamu dan kita tuan rumah, ya kita yang membiayain ke mereka. Ustad nya tanya yakin mau mengundang kita, cukup tidak uang nya? Insyaallah cukup ustadz, akan kami carikan uang untuk memuliakan tamu kami. Kami tidurkan dia di hotel terbaik di Pekanbaru, kami beri suguhan terbaik. Uang nya dari mana? Kami juga tidak tahu uang 40 juta dari mana entah dari mana, ada aja dari orang baik.

A: tapi ustadz itu juga selalu dari kalangan Yuk Ngaji juga?

UM : dari Yuk Ngaji pusat, kemarin kami ngundang nya dari Yuk Ngaji pusat. Jadi misalnya kami mau undang Koh Denish misalnya itu cari sendiri uang nya.

R : Koh Denish itu masuk dalam Yuk Ngaji tidak?

UM : Tidak

A : untuk yang khusus dari komunitas Yuk Ngaji itu kan memang diberikan fasilitas hotel dan lain-lain itu ya, Tapi apakah diberikan honorarium ?

UM : Nah kalau saya karena saya koordinatornya enggak lah ya, karena saya paham kondisinya. Tapi kalau misalkan ada memang dia dari luar komunitas Yuk Ngaji sering dong. itu apakah diberikan honor? Itu saya selalu bilang ke teman-teman saya, kita tidak enggak pernah menjanjikan honor untuk semua pemateri kita dan enggak pernah ada sounding honor ke mereka tapi saya selalu bilang ke teman-teman saya, selama dia pemateri, muliakan lah dia, karena islam mengajarkan adat untuk memuliakan orang-orang berilmu. Kalau kita minum aqua nya begini, muliakanlah dia beli botol. Itu adab kata saya. Kalau kita makanya begini, muliakanlah dia. Apakah mereka dibayar? Ada saatnya mereka dibayar dan ada saatnya memang cuman dikasih snack. Nah kalau dibayar darimana uang nya? Sum sum. Tapi kalau dari internal Yuk Ngaji udah tau engga akan dibayar dan tidak berharap apa-apa. Tapi yang dari luar pun kami tidak pernah bilang ada bayaran, tidak di sounding kan di awal. Nah kaya key, itu kan pesernya bayar, pematerinya juga kita bayar. Karena kan ada uang dari pesertanya. Dan kemarin uang dari key itu berlebih, bisa dibelikan ifokus. Maka itulah Yuk Ngaji Pekanbaru punya ifokus gitu. Jadi begitulah rezeki-rezeki dari Allah. Jadi enggak ada donatur-donaturnya kak, murni dari pertolongan Allah, dari orang-orang yang ikhlas menginfakkan hartanya disini atau dari orang-orang baik yang punya relasi dengan karyawan Yuk Ngaji numpang membuang harta. Itu sih kak

R : hampir sama semangatnya, cuman kalau kemarin penelitian aku itu kan sudah stabil yakaya jogokaryan, mereka kan sudah besar. Awalnya juga dari seperti Yuk Ngaji ini.

UM : Tapi saya bilang ke nurul, untuk yang sebelum-belumnya kalau mau penelitian seperti itu saya arahkan ke Yuk Ngaji pusat aja, karena mereka kan yang besar, mereka yang keren dakwahnya digitalnya main, dakwah nyata nya main, kalau regional-regional ini kan dia engga terlalu

R : tapi kan pejuangnya ada di regional, ujung tombaknya itu ada di regional untuk membesarkan

UM : tapi kami merasa pusat yang membesarkan regional, karena trendnya kan dari pusat, brandnya dari pusat. Apa yang menjadi Yuk Ngaji terkenal, oh ada fuadnet, ustadz felix, ada ustadz husein. Nah itu kami merasa kami numpang brand pusat.

A: 40 Regional itu per apa menghitungnya?

UM : karena agini saya tidak tahu. Saya pernah melihat ada Yuk Ngaji jaksel, berarti kan ada jakbar, bisa provinsi bisa kota

A : berarti kalau di Riau ini hanya ada satu ?

UM : iya hanya satu aja di Pekanbaru karena kotanya kecil. Ada Yuk Ngaji surabaya ada Yuk Ngaji lamongan. Jadi ada satu provinsi dia regionalnya bisa beda, kalau dia kota besar sekali gitu kak. Makanya kita bukan nyebutnya per provinsi, kita nyebutnya regional.

R : bisa saja satu provinsi ada beberapa

A: tergantung kemampuan ya. Koordinatornya ditunjuk atau misalkan teman mengusulkan, kira-kira ini bisa atau gimana?

UM : ditunjuk biasanya, diamanahkan sama founder yuk ngaji.

R : berarti memang sebelumnya sudah rutin ikut pusat ?

UM : emm, enggak si, jadi suami itu kenal sama ustadz-ustadz itu, pernah datang pernah ngobrol. Terus juga ketertarikan dalam islam. Terus ya ditawarkan mau enggak punya amal jariah ngurusin yuk ngaji, boleh dicoba. Suami saya juga bukan ustadz kak, saya juga bukan ustadzah. Cuma anak-anak muda yang peduli dan dia mampu dan berbagai background kak ada yang bekerja karir, mahasiswa ada, guru ada, dosen ada, ibu rumah tangga juga ada, yang ekonomi menengah ada. Pokoknya semua ada. Ya siapa yang mau lah. Pokonya kita tidak pernah membatasi. Kalau dia mau ya dia mau, ya sudah ayo. Tidak ada seleksi harus begini begitu, yang terpenting dia mau. Jadi kita berharap ini menjadi wadah anak muda untuk menyalurkan energinya, dengan konteks dia sudah berbangga di

hadapan langit walaupun dengan bckground dia dulu apa. Karena saya juga begitu ada disini kak. Jadi beda koordinator beda lagi sentuhannya

A : Jadi tidak dibawah ormas ya?

UM : tidak, ini komunitas pyur. Makanya kita bersahabat dengan semua ormas, semua mahdzab, kita tidak pernah memusuhi ustadz manapun karena kami komunitas dan kami haus ilmu gitu. Jadi kami ini komunitas, kami ini menerima islam dengan benar sesuai Qur'an dan Sunnah enggak yang aneh-aneh . kami terima dengan lapang dada. Karena kami kaum pembelajar. Makanya kami bisa undang ustadz semua kalangan

R : itu juga salah satu usaha untuk menghindari konflik kali ya?

UM : Iya, karena kami sudah brand kan, kami ini komunitas.

A : Misalkan ada pertanyaan mengenai hukum fiqih dan sebagaimana, maka merujuknya kemana ?

UM : Kita akan merujuk ke semua nya. Misalkan begini, kalau kata ustadz ini beginim ada ustadz ini begini kira kira kak mau yang mana? Karena kita engga berhak.

A : jadi sebatas informasi yang diberikan ya?

UM: Iya, karena kita merasa, Yuk Ngaji ini cuman kumpulan anak muda loh kak, kami bukan kumpulan ahli fiqih. Jadi kami akan sampaikan seperti tadi. Enggak ada harus hukumnya begini. Apalagi masalah fiqih ya kak itu kita sampaikan perbedaanya. Kecuali masalah aqidah ya kak yang sudah mutlak. Makanya Yuk Ngaji mahdzab nya apa? Semua mahdzab mah sini, selama masih qur'an sunnah kan. Yuk Ngaji juga sambil main, mahdzab nya apa coba yang ngajinya sambil main gitu. Jadi sebetulnya tujuan nya cuman tadi, opini saja, opini islam itu ada ditengah-tengah anak muda. Setelah itu mereka mau ngaji dengan mahdzab mana itu silahkan. Kita ini cuman mengenalkan bahwa islam itu keren. Toh juga didalam komunitas kita tidak ada pembinaan yang gimana-gimana. Ya kita komunitas pyur komunitas.

R : untuk menghindari dari isu SARA itu bagaimana ?

UM : sebenarnya kita juga engga mau menanggapi isu sara itu yang gimana-gimana, kalau saya sih melihat kalau Yuk Ngaji enggak berpotensi karena di Yuk Ngaji ini kan juga dari semua kalangan kalau saya sih selalu bilang kalau mau belajar tahsin dimana kak? Bisa di mana saja, pergilah, selama ustadz itu sesuai dengan qur'an dan sunnah maka pergilah, komunitas ini kan cuman cara agar mau tertarik dengan islam. Mau setelah ini intensif dimana pergilah. Toh juga Yuk Ngaji tidak menyediakan itu kan, paling sampai kelas key, engga ad ayang sampai direkrut nanti sampai jadi ini, itu enggak ada. Makanya di Yuk Ngaji itu belajar islam nya ke semuanya kak. Misalnya kaya saya, ada kajian disini datang, disana datang. Karena bagi kami islam itu indah loh. Kalau pekan baru sih gitu, mudah-mudahan regional lain juga gitu ya. Karena say juga tidak tahu

R : biasanya si hampir-hampir sama, jadi sumatera ini mana saja yang ada?

UM : Medan, Pekanbaru, Palembang. Palembang lebih besar lagi tuh

R : mungkin apakah karena lebih duluan ?

UM : enggak tahu saya. Mungkin tergantung kemampuan kepemimpinan koordinator. Pekanbaru ini juga baru-baru aja kok. Pekanbaru, Lampung. Jambi saya tidak tahu ada atau tidak. Bengkulu saya juga tidak tahu ada atau tidak.

R : kalau jogja koordinatornya siapa kak?

UM : itu saya tidak kenal. Biasanya suami saya yang kenal semua koordinator, karena sebenarnya koordinatornya kan suami saya bukan saya, saya cuman bantuin. Coba kakak hubungi aja, DM aja, mereka itu welcome. Boleh tidak kami ketemu, biasanya admin akan balas

R : luar biasa ya hari ini, Masyaallah. Yang terbayang itu jalannya tidak mudah. Membagi waktu dan segala macam.

UM : dan memang agenda kita kan cuman weekend. Karena kita paham teman-teman kan bekerja, teman teman kuliah.

R : selebihnya ngapain aja kak dirumah ?

UM : Mengurus anak dan peradaban

R : biasanya kalau sudah biasa aktif, kalau dirumah saja itu capek badannya.

UM : emm enggak tahu si saya lebih sering dirumah, lebih sering ikut-ikutan suami saya si. Karena suami saya kan juga atlet, jadi saya ikut nanti tertarik dunia berkuda dan memanah nanti saya ikut ikut itu. Saya itu suka ikut kajian, jadi daya tipe orang yang suka nengok jadwal kajian di Pekanbaru oh ada ustadz ini datang, nah itu. jadi keluarnya saya itu untuk ikut kajian. Itu sih kak enggak yang gimana-gimana, standar emak-emak saja, shopping untuk healing seperti itu lah

R : Ada lagi engga Mbak Ajeng ?

R : Mudah-mudahan kita dapat menemukan temuan baru, sehingga nanti bisa untuk yang lain untuk komunitas-komunitas lain.

UM : banyak kak komunitas lain di riau juga, dan itu juga yang mengisi anak-anak muda juga.

A : rata-rata itu mereka main di komunitas yang sama tidak? Kan misalnya di komunitas lingkungan tentang plastik ni, banyak komunitas yang pemainnya ya itu itu saja.

UM : gatau ya, kalau dari Yuk Ngaji si sepertinya tidak ada pemain di sana. Jadi sister support sister itu buatan Yuk Ngajisetahun yang lalu yang saya buat untuk bagian akhwat nya.karena Yuk Ngaji itu brand nya cuman Yuk Ngaji engga ada Yuk Ngaji akhwat, makanya saya adakan sister support sister.

A : jadi murni hanya untuk mengenalkan dan membuat orang tertarik, enggak ada skill life yang diajarkan?

UM : untuk skill life kita ajarkan di kornor si kak, talent kornor , jadi misalkan nanti dia ada skill memasak di talent kornor

A : Jadi sebenarnya ada unsur pemberdayaan nya ya.

UM : kalau pemberdayaan tidak juga, tidak terlalu. Sebetulnya itu cuman cara saja, misalnya ngaji sambil masak, ngaji sambil barbaque an, ngaji sambil berkuda. Karena engga sampai mahir juga kan dia disitu. Itu hanya untuk menarik saja. Makanya saya bilang itu untuk promosi saja. Kan kita mikirin konsep gimana agar menarik. Jadi bukan pemberdayaan. Kalau pemberdayaan kan kita ajarin sampai mahir, sampai bisa menghasilkan.

A : sebenarnya engga gitu juga si konsep pemberdayaan, dengan mengajak orang untuk dia memiliki motivasi aja itu sudah bentuk pemberdayaan sebetulnya.

UM : kalau itu definisi pemberdayaan, ada talent korner itu. tapi itu tidak jadi satu-satunya korner si.

R: Terimakasih kakak, sukses selalu, mudah mudahan ini juga menjadi salah satu ladang amal jariyahnya.

